

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA REGIONÁLNÍ A ENVIRONMENTÁLNÍ EKONOMIKY

Cestovní ruch v Jihomoravském a Olomouckém kraji

Tourism in the South Moravian and Olomouc Region

Student: Bc. Monika Smékalová

Vedoucí práce: doc. Ing. Sucháček Jan, Ph.D.

Ostrava 2014

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra regionální a environmentální ekonomiky

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Monika Smékalová**
Studijní program: N6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: 6202T040 Regionální rozvoj
Téma: Cestovní ruch v Jihomoravském a Olomouckém kraji
Tourism in the South Moravian and Olomouc Region

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska cestovního ruchu
 3. Socioekonomická charakteristika Jihomoravského a Olomouckého kraje
 4. Komparace vybraných dokumentů a empirická skutečnost v Jihomoravském a Olomouckém kraji
 5. Návrhy a doporučení
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

MALINOVSKÝ, Jan a Jan SUCHÁČEK. *Velký anglicko-český slovník regionálního rozvoje a regionální politiky Evropské unie*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2006. ISBN 80-248-1117-0.
RUMPEL, Petr. *Teritoriální marketing jako koncept územního rozvoje*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2002. ISBN 80-7042-830-9.
VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. ISBN 80-245-0445-6.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Jan Sucháček, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2013
Datum odevzdání: 25.04.2014



Ing. Jan Malinovský, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně“

V Ostravě dne 28. 4. 2014



.....

Bc. Monika Směkalová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. Ing. Janu Sucháčkovi, Ph.D. za odbornou pomoc, cenné rady a připomínky, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce.

Obsah

1. Úvod	1
2. Teoretická východiska cestovního ruchu	2
2.1. Charakteristika cestovního ruchu	2
2.1.1 Historie cestovního ruchu	2
2.1.2 Současnost cestovního ruchu	3
2.1.3 Trendy v CR	3
2.2 Vymezení pojmu cestovní ruch	5
2.3 Subjekt a objekt cestovního ruchu	7
2.4 Typologie cestovního ruchu	8
2.4.1 Druhy cestovního ruchu	8
2.4.2 Formy cestovního ruchu	10
2.5 Vztah cestovního ruchu a regionu	11
2.5.1 Region cestovního ruchu	12
2.5.2 Turistické regiony v České republice	12
2.5.3 Vzájemný vztah krajů a turistických regionů	12
2.6 Dokumenty a programy na podporu cestovního ruchu	13
2.6.1 Integrované operační programy	13
2.6.2 Regionální operační programy	14
3. Socioekonomická charakteristika Jihomoravského	15
3.1 Socioekonomická charakteristika Jihomoravského kraje	15
3.1.1 Obecná charakteristika	15
3.1.2 Obyvatelstvo	16
3.1.3 Ekonomika	17
3.1.4 Životní prostředí	19
3.1.5 Cestovní ruch v Jihomoravském kraji	19
3.1.6 Organizace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji	22
3.2 Socioekonomická charakteristika Olomouckého kraje	23
3.2.1 Obecná charakteristika	23
3.2.2 Obyvatelstvo	23

3.2.3 Ekonomika.....	24
3.2.4 Životní prostředí	26
3.2.5 Cestovní ruch v Olomouckém kraji.....	27
4. Komparace vybraného dokumentu a empirická skutečnost JM a O kraje	29
4.1. Program rozvoje cestovního ruchu	29
4.2 Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje 2007-2013	29
4.2.1 Cíle programu	30
4.2.2 Finanční stránka programu	34
4.3 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011-2013	39
4.3.1 Cíl programu.....	39
4.3.2 Finanční zdroje programu.....	41
4.4 Metodika výzkumu	44
4.4.1 Výzkumný cíl	44
4.4.2 Výzkumná metoda.....	44
4.4.3 Výzkumný vzorek	45
4.4.4 Analýza výsledků výzkumu	45
5. Závěrečná shrnutí výzkumu, návrhy a doporučení	50
5.1. Program rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji	50
5.2. Program rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji	51
5.3. Cestovní ruch	52
6. Závěr.....	54
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	56
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	60
SEZNAM ZKRATEK.....	62
SEZNAM PŘÍLOH	64

1. Úvod

Cestovní ruch se stal nedílnou součástí našich životů a postupem času mu připisujeme stále větší váhu a důležitost. Cestovní ruch máme spojený s určitým prožitkem a s významnou chvílí. Cestujeme z důvodu uspokojení své potřeby odpočinku, relaxace, poznání, kulturního prožitku, seberealizace, učení a jiné. Cestovní ruch se od svých počátků výrazně změnil a přizpůsobil se požadavkům a přáním turistů, současně reaguje také na ekonomický vývoj zlepšením informačních technologií a zvyšováním životní úrovně obyvatel.

Cestovní ruch se po krizových letech v České republice opět probouzí. Vzrůstající zájem o cestovní ruch má pozitivní vliv nejen na daného spotřebitele, ale i na stát, dokonce i na region, který je důležitým faktorem pro regionální rozvoj cestovního ruchu. Turistické regiony se vyznačují vlastní strukturou, nabízí řadu různorodých aktivit, a tak vyvolávají zájem navštívit právě daný turistický region. Cestovní ruch se stal výrazným ekonomickým činitelem. Pro realizaci cestovního ruchu je potřeba velkého množství ekonomických činností. Z tohoto důvodu zahrnuje oblast podnikatelských činností rozvoj regionálních celků a národní i světové ekonomiky. Cestovní ruch je složitým ekonomickým jevem, který se dotýká ekonomických i mimoekonomických procesů.

V rámci diplomové práce se budu snažit přiblížit velmi rozmanitou oblast cestovního ruchu od jeho počátku až po současnost. Diplomová práce má za cíl zhodnotit rozvoje cestovního ruchu ve zvolených krajích. V teoretické části diplomové práce představím vývoj cestovního ruchu od jeho historie až po současnost. Zaměřím se na nové trendy cestovního ruchu, jeho subjekty a objekty. Vymežím i formy a druhy cestovního ruchu, které v současnosti nemají pevný charakter. V rámci teoretické části se zaměřím i na turistické regiony, turistické oblasti a jejich provázanost s kraji České republiky. V následující kapitole představím charakteristiku zvolených krajů, tedy Jihomoravského a Olomouckého, jejich socioekonomický vývoj. V dané kapitole bude objasněn i cestovní ruch a jeho vývoj. V praktické části diplomové práce se zabývám komparací vybraného dokumentu se skutečností. V rámci praktické části zhodnotím výsledky programového dokumentu, do jaké míry byly tyto plány uskutečněny a zrealizovány. Pomocí polostrukturovaného rozhovoru se budu snažit přiblížit rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. V závěru diplomové práce zhodnotím zjištěné poznatky, přínosy a zhodnotím možnost využití v praxi.

2. Teoretická východiska cestovního ruchu

2.1. Charakteristika cestovního ruchu

2.1.1 Historie cestovního ruchu

Cestovní ruch byl součástí již od počátku naší civilizace. V minulosti byl skryt za obchodní, náboženské a vojenské výpravy. S postupem času spolu s technickými pokroky v dopravě se stalo cestování o mnoho snadnější než před mnoha lety.

Prvopočátky cestovního ruchu sahají až do roku 480 př.n.l., v té době byli Řekové, Egypťané a Římané označováni za cestovatele. První doložené popisky z cest pochází z roku 480 – 425 př. n. l. V pozdější době se stal Marco Polo jedním z nejznámějších cestovatelů, který na svých cestách zůstal v Číně po dobu sedmi let. Kořeny moderního CR sahají do 17. a 18. století, kde existovalo právo volného pohybu pro šlechtice a kupce. V roce 1841 byla založena první cestovní kancelář Thomase Cooka, který také uspořádal první organizovaný výlet po anglickém venkově a zahraniční zájezd na Světovou výstavu do Paříže. [1]

Počátky současného cestovního ruchu sahají do 19. století. Rozvoj byl podmíněn růstem volného času, rozvojem urbanizace a železniční dopravy. Pro obyvatele se stala vzdálenější místa přístupnější, což zapříčinilo rozmach cestovního ruchu. Na přelomu 19. a 20. století vznikaly luxusnější hotely, které přilákaly řadu zájemců. Rok 1945 se stal přelomový v oblasti cestovního ruchu, bylo to způsobeno ekonomickým rozvojem, vyšší životní úrovni, rozvojem letecké dopravy, která výrazně zkrátila dobu cestování.

Při pohledu na cestovní ruch v České republice se stal nejvýznamnější rok 1888, v této době byl založen Klub českých turistů, který byl založen z důvodu snahy o posílení CR za hranice. V jeho kompetenci bylo i pořádání výletů, přednášek a posílení všeobecného zájmu o cestování. Dalším mezníkem v cestovním ruchu se stal vznik samostatného Československa. Toto období zvýšilo všeobecnou chuť lidí poznávat a procestovat okolní místa. Pro Klub československých turistů to znamenalo rozšiřující činnosti na podporu rozvoje cestovního ruchu. Jejich práce zahrnovala značkování, propagaci, péči o památky a budování rekreačních zařízení. Česká republika se vyznačovala typickým domácím cestovním ruchem, který tvořil 95 % cestování obyvatel. [1]

V době rozvíjejícího se cestovního ruchu udeřila 2. světová válka, která nejen zpomalila, ale dokonce zastavila cestování do zahraničí. Cestovní ruch byl v této době na ústupu.

2.1.2 Současnost cestovního ruchu

Po dlouhé době nastala výrazná změna v roce 1989, kdy v rámci privatizace byla navrácena ubytovací, pohostinská a restaurační zařízení původním majitelům. Ve stejném roce byla obnovena činnost turistických a obdobných spolků. V tomto období nastal velký rozvoj cestovních kanceláří, kterých v té době fungovalo okolo 4 000. Cestovní ruch byl význačný krátkodobými poznávacími cestami do zahraničí. ČR se stala významnou příjezdovou destinací cestovního ruchu, kde příjezdy převyšovaly výjezdy až 2,5 násobně. Cestovní ruch v letech 1998 - 1999 vzrostl o 55,8 %. Příjmy z cestovního ruchu vzrostly o neuvěřitelných 106 %. Postupem času se rozmach cestovního ruchu výrazně zpomalil, ČR už nebyla významnou příjezdovou destinací s vysokým počtem CK. V roce 1999 bylo v ČR 1 206 subjektů zabývajících se cestovním ruchem.

V roce 2004 vstoupila ČR do Evropské unie, což přispělo k pozitivní změně v cestovním ruchu. EU umožňuje volný pohyb osob cestujících na dobu kratší 90 dní. Vstup do EU zvýšil počet zahraničních studentů a zvýšil počty výměnných pobytů, dalším přínosem je nárůst služebních a obchodních cest z důvodu spolupráce a navazování nových obchodních kontaktů. EU napomáhá k rozvoji cestovního ruchu prostřednictvím finančních zdrojů, které jsou neodmyslitelnou součástí plánu rozvoje.

Mezi nejnavštěvovanější země patří již tradičně Chorvatsko, kde v roce 2012 bylo 806 tis. turistů z České republiky, ale také Slovensko, Itálie, Řecko a Egypt. Češi v zahraničí využívají nejčastěji ubytování v hotelu, celých 60 % českých turistů volí tuto možnost. V rámci domácího cestovního ruchu bývá nejnavštěvovanější Středočeský a Jihočeský kraj.

2.1.3 Trendy v ČR

Mezi nejvýznamnější faktory, které ovlivňují vývoj cestovního ruchu, patří především demografický vývoj obyvatelstva. V budoucnu lze očekávat obyvatelstvo vyššího věku a z tohoto důvodu se tato skupina stává hlavním objektem poskytovatelů cestovního ruchu. Odhady předpokládají, že v roce 2060 bude podíl lidí nad 50 let na celkové populaci 30 %. Z tohoto důvodu je důležité přizpůsobit nabídku požadavkům této skupině obyvatel. Očekávají cestu bez potíží a stresu, se zajištěním všech důležitých a předem zaplacených služeb.

Dalším významným trendem, který by měl CR ovlivnit, je zdraví. Lidé se budou více rozhodovat, kam pojedou na dovolenou a jaký program bude spojený s pobytem. Lze tedy říci, že poroste poptávka po aktivní dovolené, lázeňských pobytech a wellness produktech, kterou se staly neodmyslitelnou součástí dnešního života. Nejpočetnější klientelou u nás je především klientela česká, ale do lázní přijíždějí i turisté z Německa, Ruska, Slovenska a Polska. Novým a velice zajímavým trendem je spojení lázeňské péče s gurmánskými zážitky, což má za následek zvýšení zájmu o gastroturistiku.

V České republice není příliš známý pojem „asketická dovolená“. Tento typ dovolené je určen pro lidi, kteří chtějí prožít na dovolené určitý nedostatek, deprivaci a bolest. Termín pochází ze slova „asketismu“, jedná se o životní styl, který se vyznačuje odpíráním určitých rozkoší a požitků. Termín byl spojován s náboženskou praxí a znamenal cvičení pro upevňování disciplíny. Dovolenu můžete strávit v buddhistických kláštorech mezi opravdovými mnichy. [5,35]

Zvýšený zájem zaznamenává tzv. „volunturistika“ neboli dobrovolnická turistika. Dovolená je spojena s poznáním a pomocí lidem v postižené nebo rozvojové oblasti. Tato forma cestovního ruchu existuje již desítky let, ale od 90. let jsou vytvářeny speciální balíčky služeb, zajišťující dovolenou tohoto typu. Turisté dělají dobré skutky a zároveň poznávají specifická místa planety. [29]

Rozšířeným typem turismu je tzv. „dark tourism“ neboli temný turismus. Termín byl poprvé použit v roce 1996. Turisté navštěvují místa s tragickou minulostí nebo neštěstím. Místa spojená se smrtí nebo utrpením mají nevídanou schopnost přitahovat velké množství turistů. Typickým rysem tohoto produktu je vzdělávání se a poznávání. Velmi častými objekty jsou například hřbitovy, vězení, místa spojená s mučením a násilím. V rozvojových zemích jsou pro turisty rozšířené také prohlídky chudinských čtvrtí s průvodcem. Dark tourism přitahuje davy turistů a bude tomu i nadále ve větším měřítku. [2]

Geocaching je novodobý typ turismu. Jedná se o dobrodružství, hru pro všechny majitele GPS, spojující prostřednictvím internetu tisíce lidí po celém světě. Hru mohou hrát všechny generace. Jedná se o oddíl turistiky s motivací „pokladu“. Díky geocachingu procestujete neobvyklé místa po celém světě. Funguje díky přesným GPS systémům, zaregistrování účastníci hry, poté hledají ukrytý poklad podle souřadnic. [3]

„Adventure tourism“ neboli dobrodružný cestovní ruch. Do roku 1989 se dobrodružný cestovní ruch v České republice objevoval spíše ojediněle. Dobrodružný CR má tři základní podmínky. Musí vyvolávat silné emoce, které neprožíváme během běžného života, obsahuje fyzické, duševní a emoční výzvy a rizika, dále je vnitřně obohacující, je zdrojem potěšení a osobního rozvoje. Adventure tourism můžete uskutečňovat na vodě, poušti, moři, dále existuje horský dobrodružný cestovní ruch. Mezi zmíněný cestovní ruch řadíme skiaplinismus, bungee jumping, skidivin, horolezectví a další neobvyklé formy cestovního ruchu. [4]

Lidé, kteří v dřívější době emigrovali, se v dnešní době vracejí jako turisté do svých rodných zemí. Tento typ cestovního ruchu nazýváme „Diaspora tourism“ Podle motivu návštěvy turistů se dají rozdělit na dva druhy. Turisti, kteří se vracejí do rodné země za poznáním kulturního dědictví, a na ty, kteří přijíždějí na svátky. Poslední skupinou jsou ti, kteří se vracejí kvůli investicím do realit. Tento typ cestovního ruchu se projevuje i v České republice. [34]

2.2 Vymezení pojmu cestovní ruch

Cestovní ruch byl, je a bude vizitkou regionu i celého státu. Pokud se zamýšlíme nad přínosy cestovního ruchu, můžeme je rozdělit do tří základních skupin. Přínos ekonomický, přínos sociální a environmentální přínos pro obec, město, kraj, region nebo stát. Vhodně zvolená strategie cestovního ruchu napomáhá k tvorbě pracovních míst, posiluje hospodářsky slabá a postižená území, zlepšuje vybavenost a úroveň služeb, zvyšuje kvalitu života a životní úroveň, využívá přírodního a kulturního potenciálu daného místa. Pro rozvoj CR je nezbytné splnit základní podmínky. Jedná se o zachování bezpečnosti v dané destinaci, vytvořit dostatečný fond volného času a zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva. Podíl obyvatelstva na cestovním ruchu patří k významným měřítkům životní úrovně dané země. Má významný vliv na účastníka cestovního ruchu, podílí se na rozvoji osobnosti, má funkci vzdělávací, pomocí cestování získáváme lepší jazykové znalosti, vhodně využíváme volný čas a získáváme všeobecný rozhled. Cestovní ruch nám ukazuje rozdílné kulturní tradice, zvyky, odlišné kuchyně a poukazuje na rozdílné vnímání různých skutečností. Cestovní ruch se postupně přesouvá v hierarchii potřeb z luxusních a zbytných do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí spokojeného života. [5]

V praxi bývá často pojem cestovní ruch nahrazován pojmy zotavení, rekreace, turistika apod., které ale nejsou přesným synonymem pojmu cestovní ruch. Přijatelným synonymem pro cestovní ruch je pojem turismus, který je původem z anglického resp. francouzského pojmu. [6]

Na vytváření podmínek, předpokladů a realizaci cestovního ruchu se podílí řada odvětví a resortů. Zainteresováni jsou na cestovním ruchu především poskytovatelé služeb cestovního ruchu a služeb cestovním ruchem vyvolaných přímo z různých resortů a odvětví, např. hotely, cestovní kanceláře, doprava, sport obchod, hotelnictví a také poskytovatelé služeb na cestovním ruchu jen částečně závislých. Důležité je vzájemné propojení odvětví, které vytváří cestovní ruch, a jednotlivá odvětví jsou variabilní, což souvisí s vývojem cestovního ruchu a se zapojením nových teorií. Cestovní ruch je tedy kategorií dynamickou a neustále se vyvíjející. Cestovní ruch se stal nedílnou součástí národní i světové ekonomiky. Z těchto důvodů nebylo jednoduché sjednotit definici cestovního ruchu.

V roce 1971 na konferenci v St. Gallen byla přijata oficiální definice Mezinárodním sdružením expertů v cestovním ruchu AIEST.

„Cestovní ruch je souborem vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani hlavním místem bydliště ani místem výdělečné činnosti“¹

Mezníkem při definování pojmu cestovní ruch se stala Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, která se konala v červnu 1991 v kanadské Ottawě. Konference se uskutečnila pod záštitou Světové organizace cestovního ruchu (WTO), které se účastnilo 250 představitelů z 91 zemí.

„Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný, než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“²[7,8]

V mnoha odborných časopisech a publikacích se setkáváme i s jinými definicemi cestovního ruchu. V následujícím textu představím rozdílné pohledy na pojem cestovního ruchu.

¹KOTÍKOVÁ, H.; *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 16 s. ISBN 80-247-4603-4

²NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 19 s. ISBN 978-80-7357-673-8

Cestovní ruch je krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než je místo jejich obvyklého pobytu, za účelem příjemných činností. [1]

Cestovní ruch je proces budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit a reakcí místní komunity a ekosystému na uvedené aktivity.[22]

„Činnost lidí cestujících a zdržujících se mimo místo svého obvyklého prostředí po dobu nejvýše jednoho roku za účelem rekreace, obchodu nebo z jiného důvodu.“³

Cestovní ruch je uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka, kterému dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase.[2]

2.3 Subjekt a objekt cestovního ruchu

K důležitému pojmu v cestovním ruchu patří vymezení pojmu objekt a účastník neboli subjekt cestovního ruchu a dalších typů účastníků, které se úzce váží na definici cestovního ruchu.

Definice objektů cestovního ruchu zní: *„Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství, apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.“⁴*

Objekt cestovního ruchu tvoří cílové místo, aktivity, podniky a instituce cestovního ruchu. Turista cestuje do cílového místa, tedy za objektem cestovního ruchu, jen tehdy, je-li zde existence vhodného ekvivalentu k uspokojení jeho potřeb, jeho součástí jsou i služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě. Cílové místo může být středisko cestovního ruchu, region nebo stát. V odborné literatuře se setkáváme s označením destinace cestovního ruchu. [9]

³ Směrnice Rady 95/57/ES ze dne 23.11.1995 o shromažďování statistických informací v oblasti cestovního ruchu, str. 16/sv.1

⁴ HESKOVÁ, Marie a kolektiv. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 15 s. ISBN 80-7168-948-3.

Pojem účastník cestovního ruchu podle Statistické komise Společnosti národů v roce 1993 je osoba, cestující na dobu delší než 24 hodin do jiné země, než ve které má trvalý pobyt, a to za zábavou, za účelem vyřízení rodinných záležitostí, pro zlepšení svého zdravotního stavu nebo aby se zde zúčastnil akcí, s vědeckou, administrativní, náboženskou, sportovní tematikou apod. [10]

Mezi další typy účastníků můžeme zahrnout: [2,8]

Rezident neboli stálý obyvatel, který žije v určitém území delší dobu, a to v domácím cestovním ruchu min. 6 měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu min. na 1 rok.

Návštěvník neboli **visitor** cestuje na jiné místo nebo do jiné země.

Turista cestuje na jiné místo nebo do jiné země. V domácím cestovním ruchu min. 1 přenocování a max. 6 měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu min. 1 přenocování a max. 1 rok.

Výletník neboli **excursionist** cestuje na jiné místo nebo do jiné země. V domácím i v zahraničním CR méně než 24 h bez přenocování.

2.4 Typologie cestovního ruchu

V dnešní náročné době se vyvíjí i nároky na cestovní ruch, a tak se vyvíjí i členění cestovního ruchu na druhy a formy CR.

Druhy cestovního ruchu jsou stanoveny na základě způsobu realizace a formy cestovního ruchu určujeme na základě motivace účasti na cestovním ruchu. Jednotlivé formy CR obvykle kladou požadavky na způsob realizace a zabezpečení služeb na jejich rozsahu a kvalitě. V praxi dochází k prolínání obou těchto hledisek a mezi autory odborných publikací neexistuje shoda v tom, co je považováno za druh a co za formu cestovního ruchu. [1,5]

2.4.1 Druhy cestovního ruchu

1. dle místa realizace

- a) domácí – účast občana dané země na cestovním ruchu v rámci jejího území
- b) zahraniční – účast turisty na cestovním ruchu mimo jeho dané území státu
- c) vnitrostátní – aktivity související s domácím a příjezdovým CR
- b) národní – aktivity související s domácím a výjezdovým CR

e) světový – související s překročením hranic

2. dle vztahu k platební bilanci

a) zahraniční cestovní ruch aktivní – příjezd občanů ze zahraničí do dané země, znamená příliv finančních prostředků pro danou zemi

b) zahraniční cestovní ruch pasivní – výjezd občanů dané země do zahraničí, jedná se o odliv finančních prostředků

3. dle způsobu organizace

a) organizovaný – vše zajišťováno prostřednictvím cestovní kanceláře nebo jinými subjekty

b) neorganizovaný – účastník si zařizuje vše sám

4. dle délky pobytu

a) krátkodobý – doba pobytu je maximálně tři přenocování

b) dlouhodobý – doba pobytu je více jak tři přenocování

5. dle počtu účastníků

a) individuální – jedná se pouze o účastníka s rodinou

b) skupinový – širší skupina účastníků

6. dle způsobu financování

a) volný neboli komerční – platby pochází z vlastních zdrojů účastníka

b) vázaný neboli nekomerční – účastník hradí část nákladů, ostatní hradí zaměstnavatel, pojišťovna a jiné

7. dle věku účastníků

a) CR dětí – účastníci do 15-ti let, jsou zde zahrnuti dětské tábory, školy v přírodě apod.

b) CR mládeže – účastníci mezi 15-ti a 24 lety, jedná se převážně o individuální cestovní ruch

c) CR seniorů – vyznačuje se specifickými požadavky vzhledem ke zdravotnímu stavu

2.4.2 Formy cestovního ruchu

Rekreační cestovní ruch je nejrozšířenějším typem. Pod pojmem rekreační CR se neskrývá pouze pasivní odpočinek, ale také aktivní pobyt s využitím sportovních aktivit, zálib a koníčků. Specifickým typem rekreačních CR je chataření a chalupaření.

Kulturně – poznávací CR je spjat s poznáváním historie, tradic, kultury a zvyků dané oblasti. Má jeden neodmyslitelně pozitivní vliv na vzdělání účastníka CR, prohlubuje si znalosti o daném území a jeho historii.

Motivem **náboženského CR** je návštěva poutních a posvátných míst. Jedná se o návštěvu církevních památek, které poskytují účastníkům duchovní prožitek.

Pokud se bavíme o jazykových, sportovních, řemeslných, gastronomických a jiných programech, kde hlavním cílem je se něco naučit a poznat, řadíme je mezi cestovní ruch se **vzdělávacími motivy**.

Poznání přírodního prostředí se zaměřením na poznávání reliéfu krajiny, návštěva národních parků a ostatních chráněných území. Můžeme zde zahrnout i návštěvu zoologické a botanické zahrady, akvária, pozorování zvířat v divoké přírodě i cesty za zvláštními přírodními úkazy, jako jsou zatmění slunce a jiná. Zde bych zmínila pojem ekoturistika, která je specifickým typem cestovního ruchu orientovaná na poznání přírodního prostředí. Ekoturistika se vyznačuje vysokou mírou pochopení, odpovědností, ohleduplností a etikou vůči přírodě a snaží se o její ochranu.

CR se společenskými motivy zahrnuje návštěvy různých společenských akcí a událostí.

Hlavním rysem je komunikace mezi lidmi. Může se jednat i o kulturní setkání v rámci divadelního představení, návštěvy festivalů a jiné obdobné společenské vyžití.

CR s profesními motivy probíhá ve většině případů v pracovním čase účastníků. Někdy bývá prolínán i s cestovním ruchem realizovaného ve volném čase. Cestovní ruch s profesními motivy bývá rozlišován na obchodní, kongresový, incentivní a cestovní ruch veletrhů a výstav.

CR obchodní je zaměřen na obchodní jednání spjatý se služebními cestami.

Kongresový CR zahrnuje účast na kongresech, konferencích a seminářích. Slouží k načerpání nových znalostí a výměně informací.

CR veletrhů a výstav jedná se o propagaci a nabízení produktů a služeb, informovat o novinkách na trhu a případně uzavřít obchody s návštěvníky veletrhů.

Incentivní cestovní ruch neboli motivační turistika. Zahrnující pobytu pro nejlepší prodejce, partnery a spolupracovníky. Bývá využíván k dosahování lepšího pracovního výkonu.

2.5 Vztah cestovního ruchu a regionu

Turismus prostřednictvím služeb napomáhá k uspokojení určitých potřeb populace. K uspokojování dochází prostřednictvím působení statků, jež mají podobu hmotných a nehmotných předpokladů cestovního ruchu, které jsou vázány na konkrétní místo či území. Cestovní ruch se vždy realizuje v nějakém konkrétním území (regionu) s určitým potenciálem cestovního ruchu. Významné pro vztah regionálního rozvoje a cestovního ruchu je, že cestovní ruch tedy nemůže existovat bez různých územních celků. Pro regiony se v současnosti stal cestovní ruch jednou z prioritních oblastí rozvoje, který napomáhá k efektivnímu řešení jejich ekonomických a sociálních problémů, přitom musí splnit objektivní podmínky, aby se cestovní ruch mohl v území optimálně rozvíjet. Vztah cestovního ruchu a regionů není standardním vztahem dvou subjektů. Jedná se o formu částečného průniku dvou prvků, přičemž průnik vyjadřuje, co mají oba společné. [8,11]

Pro rozvoj cestovního ruchu v území je nutný předpoklad atraktivit v daném území a dalším důležitým předpokladem je existence suprastruktury (ubytovací a stravovací zařízení) a infrastruktury (turistická informační centra, směnárny) cestovního ruchu a také administrativně-řídící infrastruktura (podnikatelské subjekty a organizace veřejné a státní správy a jiné) v místech a regionech cestovního ruchu. [12]

Cestovní ruch realizovaný v určitém regionu je založen na tom, že aktivity účastníků cestovního ruchu jsou realizovány v místě mimo jejich obvyklé prostředí. Cestovní ruch se odehrává v území s určitým potenciálem cestovního ruchu, který vyjadřuje souhrn lokalizačních, realizačních a selektivních předpokladů cestovního ruchu. [8]

2.5.1 Region cestovního ruchu

Region cestovního ruchu neboli turistický region, je přirozený územní celek, jehož nabídka cestovního ruchu svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vzbuzuje u návštěvníků zájem. Hranice u turistického regionu nejsou pevně vytyčeny, vznikají přirozeným způsobem. Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu s důrazem na příjezdový cestovní ruch. Turistický region se dělí na turistické oblasti. V rámci turistického regionu jsou shromažďovány statistické informace.

2.5.2 Turistické regiony v České republice

Pro lepší orientaci turistů bylo v rámci České republiky vymezeno území na turistické regiony. Czech tourism rozdělil v roce 1999 zemi České republiky pro potřeby propagace a regionální koordinace turistické nabídky na turistické regiony a oblasti. V roce 2010 bylo aktualizováno rozdělení České republiky. Vzniklo 17 turistických regionů s 40 turistickými oblastmi. Turistické regiony se neshodují s administrativním uspořádáním země na samosprávné kraje, disponujících s vlastními prostředky a vlastními plány i aktivitami na podporu a rozvoj cestovního ruchu. Při členění na turistické regiony se uplatňuje tzv. marketingový přístup, který vychází z pragmatické potřeby co nejúčelněji propagovat turistické nabídky území. Kritériem při vymezování turistického regionu je v organizačně-ekonomických vazbách, v ochotě obcí a mikroregionů daného území komunikovat a spolupracovat na rozvoji infrastruktury a dalších oblastí v rámci cestovního ruchu. Mezi turistické regiony řadíme Střední Čechy, Praha, Jižní Čechy, Šumava, Plzeňsko a Český les, Západočeské lázně, Severozápadní Čechy, Českolipsko a Jizerské hory, Český ráj, Krkonoše a Podkrkonoší, Královéhradecko, Východní Čechy, Vysočina, Jižní Morava, Východní Morava, Střední Morava a Jeseníky, Severní Morava a Slezsko. [13]

2.5.3 Vzájemný vztah krajů a turistických regionů

V rámci cestovního ruchu mají v České republice zásadní roli kraje. V rukou krajů jsou kompetence, zdroje a mají odpovědnost k zabezpečení komplexního rozvoje regionu i v cestovním ruchu. V důsledku rozdílného vymezení hranic krajů a regionů cestovního ruchu, lze spatřovat negativní skutečnost, která má významné dopady na rozvoj cestovního ruchu v území. Pro efektivní a pozitivní rozvoj cestovního ruchu v území je nezbytná spolupráce a soužití krajů a turistických regionů. Region cestovního ruchu udává možnosti rozvoje

cestovního ruchu a na jaké oblasti rozvoje je vhodné se zaměřit. Kraj má potřebné zdroje a pravomoce, potřebné k uskutečnění těchto záměrů. Pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu je důležité vzájemné pochopení možností a potřeb, spolupráce a partnerství. Zjišťování statistických dat v rámci cestovního ruchu probíhá současně jak za celé kraje, okresy, tak i za turistické regiony a oblasti. [8]

2.6 Dokumenty a programy na podporu cestovního ruchu

Programy na podporu cestovního ruchu se vytváří na různých úrovních státní správy. Cestovní ruch má na starosti v České republice Ministerstvo pro místní rozvoj. Ministerstvo pro místní rozvoj předkládá návrh Konceptu státní politiky cestovního ruchu v ČR.

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR 2007-2013 představuje střednědobý strategický dokument, který je sestaven dle možností cestovního ruchu v ČR a účinnými nástroji podněcuje jeho další rozvoj. V rámci dokumentu jsou vytyčeny 4 hlavní priority. [14]

Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

Priority vycházejí z předpokladu, že odvětví cestovního ruchu je jedním z mnoha nástrojů regionální politiky. Koncepce je podkladem pro zpracování integrovaného operačního programu a regionálních operačních programů v oblasti cestovního ruchu. Současně slouží k inovaci rozvojových programů cestovního ruchu v jednotlivých krajích.

2.6.1 Integrované operační programy

Integrované operační programy má několik tematických oblastí podpory, které musí být z hlediska vymezených kompetencí, subsidiarity a dělby práce zajišťovány z centrální úrovně orgány státní správy nebo orgány územní samosprávy. OP jsou spolufinancovány z Evropského fondu regionálního rozvoje a jeho prostřednictvím je možno financovat tzv. investiční projekty. [15]

2.6.2 Regionální operační programy

Na období 2007-2013 je připraveno celkem 7 regionálních operačních programů na území České republiky. Regionální operační programy pokrývají několik tematických oblastí s cílem zvýšení konkurenceschopnosti regionů, urychlení rozvoje a zvýšení atraktivity regionů pro investory. Regionální operační program je řízen samostatně Regionální radou příslušného regionu soudržnosti. Každý region má své plány a možnosti rozvoje, pro lepší orientaci je rozdělen do 4 hlavních oblastí. [16]

1. Dopravní dostupnost a obslužnost
2. Rozvoj území
3. Regionální rozvoj podnikání
4. Rozvoj cestovního ruchu

3. Socioekonomická charakteristika Jihomoravského

Následující část diplomové práce bude věnována obecné charakteristice zvoleného kraje, jeho polohou, rozlohou, obyvatelstvu, struktuře ekonomických ukazatelů a jiné. Přiblížím i cestovní ruch a jeho vývoj.

3.1 Socioekonomická charakteristika Jihomoravského kraje



Obr. č. 1: Logo Jihomoravského kraje

3.1.1 Obecná charakteristika

Poloha kraje je poměrně výhodná. Z historického hlediska leží mezi spojením jižní a severní Evropy. Území se rozkládá v jihovýchodní části našeho státu sousedící se Slovenskem a Rakouskem. Krajským městem je Brno, které svojí velikostí se řadí na druhé místo v České republice. Kraj se rozléhá na 719 555 ha s cca 1 169 000 obyvatel, což v přepočtu znamená 162 obyvatel/km². Kraj je rozdělen na 7 okresů viz příloha č. 1 Blansko, Brno – město, Brno – venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov, Znojmo, dále na 21 správních obvodů obcí s rozšířenou působností. V kraji se nachází 673 obcí a 49 měst. Kraj se vyznačuje různorodými přírodními podmínkami, které mají vliv na způsob využívání v dané lokalitě. V kraji rozlišujeme čtyři odlišné charaktery krajinných typů. V severní části kraje jsou rozsáhlé jeskyně Moravského krasu s množstvím chráněných lokalit. Jižní část kraje je převážně rovinatá oblast, s převahou polí, luk a vinic. Ve východní části krajiny za řekou Moravou se krajina zdvihá do kopců Bílých Karpat. Krajina v okolí Brna je ovlivněna existencí druhého největšího města v ČR, ale i tak je okolí považováno za jedno z nejkrásnějších. Na severu přiléhají lesy Moravskoslezského krasu, k jižním hranicím města přiléhá Brněnská přehrada.

Jihomoravský kraj má relativně kvalitní ovzduší. Znečištěné ovzduší, hluk a podobné nepříznivé vlivy jsou pouze lokálního charakteru, v okolí Hodonína a Brna. K špatnému stavu ovzduší napomáhá vzrůstající počet automobilů. Velkou výhodou lze spatřovat ve vynikající

dopravní dostupnosti a jeho poloze na křižovatce transevropských silničních-železničních dálkových tras spojující západní Evropu s východní a severní s jižní Evropou. Mezi dopravní obslužnost patří i letecká doprava, která je v JM kraji zastoupena Letištěm Brno – Tuřany, které má přímé letecké spojení do Velké Británie, Ruské federace, Itálie a Nizozemska. K velkým výhodám kraje patří dostatečná síť předškolních a školních zařízení. Počet mateřských škol v Jihomoravském kraji je téměř 645, základní vzdělání poskytuje 475 škol a navazující střední vzdělání je zastoupeno 128 středními školami. Jihomoravský kraj zaujímá po Praze druhou nejvýznamnější roli ve vzdělávací soustavě ČR, počet vysokoškolských studentů se zvýšil za poslední desetiletí téměř o pětinu. Strategický potenciál pro rozvoj kraje zabezpečují především technické obory, medicínské a přírodní vědy, které vytváří velmi dobré podmínky pro růst konkurenceschopnosti kraje. V kraji sídlí 13 vysokých škol, konkrétně v Brně, Znojmě a Lednici. Zdravotní péče v kraji je zabezpečena 21 nemocnicemi s celkovým počtem 7 297 lůžek.

Z celkové rozlohy Jihomoravského kraje tvoří téměř 60 % zemědělská půda, z níž je 83 % ornou půdou. V kraji se převážně pěstuje řepka, cukrovka a obiloviny. Kraj má dlouhodobou tradici v oblasti vinařství, ovocnářství a zelinářství. Z celkového počtu vinic v České republice, je na území Jihomoravského kraje 90 % plochy vinic. Vinařstvím jsou známy okresy Hodonín, Znojmo, částečně také Brno –venkov.

Vznik mikroregionů je důležitou a pozitivní změnou pro společné prosazování záměrů především pro venkovské oblasti s cílem dosažení žádoucích změn. V JM kraji se také rozvíjí příhraniční spolupráce v euroregionu Pomoraví, mezi hlavní priority rozvoje patří oblasti vědy, školství, zdravotnictví a sportu.

3.1.2 Obyvatelstvo

V Jihomoravském kraji k 31. 12. 2013 žije 1 170 078 obyvatel z toho 597 545 byly ženy. Jihomoravský kraj se tímto počtem obyvatel řadí na 4 místo mezi kraji. Větší počet obyvatel má hlavní město Praha, Středočeský kraj a Moravskoslezský kraj. Nejlidnatějším okresem v Jihomoravském kraji je okres Brno-město se 378 327 obyvatel, nejméně osídlený je okres Vyškov s 89 765 obyvateli.

Přírůstek obyvatel v roce 2013 oproti roku 2009 byl vyšší o 18 370 obyvatel. Zvýšení počtu obyvatel měla za následek především migrace, kde celkový přírůstek činil ke konci roku 2012 1 707 obyvatel. Ve složení obyvatelstva podle pohlaví převažují ženy. Na 1 000

mužů připadá 1 043 žen. Značný rozdíl je způsoben především strukturou města Brna, kde na 1000 mužů připadá 1 074 žen. Průměrný věk v Jihomoravském kraji činí 41,5 let. Naděje na dožití je u žen nejvyšší z všech krajů v ČR v roce 2012 činila 81,7 let a u mužů 75,2 let. V roce 2012 nejčetnější skupinou obyvatel dle věku bylo rozmezí 35 – 39 let podle údajů bylo 104 005 obyvatel. Věková struktura obyvatelstva je znázorněna v tabulce č. 3.1. Od roku 2008 se zvyšuje počet dětí, kde největší přírůstek byl v roce 2011 a to 5 466 obyvatel. Oproti tomu obyvatel ve věku 65 a více v roce 2012 přibýlo 6 624.

Tab. č. 3.1: Věková struktura obyvatelstva 2008 - 2012

	2008	2009	2010	2011	2012
0 -14	158 728	160 012	162 565	168 031	170 460
15-64	810 220	808 981	805 399	803 165	796 449
65 a více	178 198	182 715	186 690	195 117	201 741

Zdroj: Vlastní zpracování

Z celkového počtu obyvatel žije 62,1% obyvatel v oblasti se statutem města oproti roku 2006, kde v oblasti se statutem městě žilo 62,7 % obyvatel. Jedná se o trend stěhování obyvatel z velkých měst. V posledních letech nelze spatřovat výrazné rozdíly ve sňatečnosti. Světlou výjimkou bylo datum 7. 7. 2007, tento den bylo uzavřeno celkem 487 sňatků, což bylo celkem 8% z celkového počtu sňatků uzavřených v roce 2007. I v následujících letech pokračoval klesající trend v počtu uzavřených manželství. V kraji v roce 2013 bylo celkem 5 043 uzavřených sňatků a 3 000 rozvedených manželství. Počet cizinců žijících v Jihomoravském kraji se každým rokem zvyšuje. Největší přírůstky cizinců byly zaznamenány v letech 2006 až 2008.

3.1.3 Ekonomika

Kraj patří k regionům s významným ekonomickým potenciálem, vytvořený HDP tvoří 10,5 % HDP České republiky. Nejvyšším podílem na celkové hrubé přidané hodnotě mají služby s 60,4 % průmysl, který se podílí 29,3 %, na zemědělství připadá 2,4 % a stavebnictví zaujímá 7,9 % podílu na HDP. V registru ekonomický subjektů bylo k 31. 12. 2012 evidováno více jak 294 tis. subjektů. V roce 2012 dosahoval podíl kraje 10,8 % z celkového republikového počtu, což byla třetí nejvyšší hodnota ze všech krajů ČR po hlavním městě Praha a Středočeském kraji. Tato hodnota odpovídala podílu ekonomicky aktivního obyvatelstva kraje na ekonomicky aktivním obyvatelstvu ČR. Z územního pohledu sídlí nejvíce subjektů v Brně – město okolo 42 %, nejméně subjektů nalezneme v okrese Vyškov

pouze okolo 6 %. Z celkového počtu ekonomických subjektů převažují se 74 % fyzické osoby. Počet živnostníků, kteří tvořili téměř 91 % z počtu fyzických osob, se v JMK snížil oproti roku 2011 o 0,7 %. Meziroční pokles zaznamenala i ČR o 0,5 %. Mezi právníckými osobami dominovaly společnosti s ručením omezeným, tvořily 52 % všech právníckých osob. Z dlouhodobějšího pohledu se počet společností s ručením omezeným zvýšil téměř o třetinu. Výraznou změnu můžeme také spatřovat v počtu zahraničních subjektů, v roce 2012 tvořily 12,5 % z celkového počtu právníckých osob a proti roku 2006 byl jejich počet o 60 % vyšší. V Jihomoravském kraji má sídlo 183 podniků s více jak 250 zaměstnanci a 27 podniků s více jak 1 000 zaměstnanci. Největší podíl všech ekonomických subjektů se zaměřuje na obchod, opravy různých výrobků pro osobní spotřebu, činnosti v oblasti nemovitostí, podnikatelské činnosti a zpracovatelský průmysl.

V roce 2012 pracovalo ve všech sektorech národního hospodářství v kraji celkem 537,7 tis. osob, což představovalo celkem 10,5%. K tradičním odvětvím řadíme zemědělství, zejména vinařství. V primárním sektoru pracovalo v roce 2012 2,9 % z celkové zaměstnanosti v Jihomoravském kraji. Sekundární sektor zaměstnával 36,9 % obyvatel, větší část obyvatel zaměstnává zpracovatelský průmysl. Podíl zaměstnanosti ve službách je 60,9 %. Ekonomický jádrem JMK je město Brno, kde je počet ekonomických subjektů je 126 tis.

Globální hospodářská krize v roce 2008 způsobila nárůst počtu uchazečů o zaměstnání a snížila počet volných pracovních míst. Aktuální obecná míra nezaměstnanosti v roce 2012 vzrostla oproti roku 2008 o neuvěřitelných 3,7 %. Obecná míra nezaměstnanosti JMK patří k nejvyšším v republice. Jihomoravský kraj se zařadil na 10. místo ze 14. krajů. V nezaměstnanosti došlo k výrazně vyššímu poklesu zaměstnanosti u mužů, což zapříčinilo pokles zaměstnanosti v průmyslu. V roce 2012 kraj zaznamenal nárůst počtu zaměstnaných v hlavním pracovním poměru. Průměrná mzda zaměstnance v Jihomoravském kraji činí 23 094 Kč, což je pod průměrem České Republiky 24 272 Kč.

Tab. č. 3.2.: Zaměstnanost/nezaměstnanost v letech 2008-2012

	2 008	2 009	2 010	2 011	2 012
Pracovní síla (tis. osob)	561,7	568,6	576,2	577,0	585,1
Zaměstnaní	537,0	529,7	531,8	533,7	537,7
Nezaměstnaní	24,7	38,9	44,4	43,3	47,4
Ekonomicky neaktivní (tis. osob)	423,6	421,5	415,0	421,0	412,6
Obecná míra nezaměstnanosti	4,4	6,8	7,7	7,5	8,1

Zdroj: Vlastní zpracování

3.1.4 Životní prostředí

Krajina JMK se charakterizována vysokým počtem polí a zoraných ploch využívaných k zemědělské činnosti. Kraj se řadí k méně zalesněným krajům v rámci ČR. V kraji zaujímá chráněné území 7 %. Soustavou Natura 2000 chrání více jak 80 tis. ha Jihomoravského kraje. Zásahy do kvality krajiny je způsobeno zemědělstvím, které má vysoké zastoupení v Jihomoravském kraji. Vstup do EU zapříčinil vznik specifických forem zemědělství, které by neměly mít takové negativní dopady na životní prostředí. Jedná se o ekologické zemědělství a technické plodiny. Přínosy specifických forem zemědělství lze spatřovat v rozvoji venkova. Nešetrné způsoby zemědělství jako jsou odlesnění a rozorání se výrazně projevují např. erozí půdy. Tyto procesy negativně ovlivňují celé zemědělství. Jakost vody se v JMK dlouhodobě zlepšuje, ale i přes pozitivní změny, nelze kvalitu považovat za uspokojující. Mezi nejvíce znečištěné toky patří Litava a Trkmanka. Ohroženy jsou i vodní nádrže Brněnská přehrada a Letovice, kde následné rozšíření sinic může ohrozit zdraví návštěvníků. Kvalita ovzduší od roku 2004 má vzrůstající charakter. Nejhorší ukazatele můžeme spatřovat ve městě Brno, což zapříčiňuje nárůst automobilové dopravy. Kvalita ovzduší, vod a půdního fondu tvoří základní rámec pro kvalitní život obyvatel. V Jihomoravském kraji jsou v posledních letech tyto základní ukazatele stabilizovány.

3.1.5 Cestovní ruch v Jihomoravském kraji

V České republice se cestovní ruch každým rokem zvyšuje. V roce 2013 bylo počet hostů ČR okolo 14 mil. turistů. Nejnavštěvovanějším místem se stalo hlavní město Praha s celkem 5,5 mil. návštěvníků. Druhým nejnavštěvovanějším krajem se stal Jihomoravský s téměř 1,2 mil turistů. Nejčastější formou cestovního ruchu v oblasti Jihomoravského kraje je poznávací turistika, dále relaxace, pěší turistika a sport. Návštěvnost od roku 2006 stoupla o více jak 100 000 návštěvníků. V roce 2006 bylo v Jihomoravském kraji 1 069 258 turistů

oproti tomu v roce 2013 navštívilo kraj 1 178 724 turistů. Při vzrůstající návštěvnosti, klesl počet přenocování viz příloha č. 2 tab. č. 1.

Jihomoravský kraj dle vymezení agenturou Czech Tourism je známý pod názvem turistický region Jižní Morava, který zasahuje do Zlínského kraje. Turistický region je relativně rozsáhlý a různorodý v rámci krajinných typů. V regionu nalezneme rovinaté i horské, hustě i řidčeji osídlené oblasti, destinace vinařské a jiné.

V příloze č. 2 v grafu č. 1 nalezneme příjezdový cestovního ruchu v JM kraji dle národnosti turistů. Nejpočetnější skupinou navštěvující Jihomoravský kraj jsou turisté z Polska. V roce 2013 Jihomoravský kraj navštívilo okolo 89 tis. turistů z tohoto státu. Jihomoravský kraj se stal oblíbený pro návštěvníky ze Slovenska a Německa, méně turistů přijíždí z Itálie, Ruska, Rakouska a Litvy, nejméně turistů, kteří navštívili kraj, je původem ze Spojených států a Estonska. Mezi domácí návštěvníky Jihomoravského kraje jich 8,8 % pochází z hlavního města Prahy, dále mezi časté turisty patří obyvatelé z Brna, Uherského Hradiště, Zlína a Břeclavi. Jihomoravský kraj je navštěvován turisty ze vzdálenější oblasti, dojezdová vzdálenost se pohybuje okolo 100 km. Zajímavé údaje byly zjištěny z tabulky č. 2 v příloze č. 1, dle počtu ubytovaných hostů v Jihomoravském kraji 2011-2013 za jednotlivé měsíce. Jihomoravský kraj je nejnavštěvovanější v měsíci červen a červenec, kdy počet hostů v roce 2013 se pohyboval okolo 176 tis. turistů, oproti tomu kraj v zimním období navštívilo pouze cca 48 tis. turistů.

Jak již bylo zmíněno, v rámci České republiky se vymezují turistické regiony a turistické oblasti, kde je koordinován rozvoj cestovního ruchu. Vymezení hranic turistických regionů provádí agentura Czech Tourism ve spolupráci s regionálními a místními organizacemi. Jihomoravský kraj tomu není výjimkou. Mezi turistické regiony v Jihomoravském kraji řadíme turistický region Jižní Morava, jedná se o rozsáhlý a různorodý turistický region, který se dělí dle charakteru území na 5 turistických oblastí, mezi které patří Lednicko-Valtický areál, Pálava vč. Mikulova, Vranovská přehrada, Znojmo a Podyjí, město Brno, Moravský kras a okolí, Slavkovské bojiště a Baťův kanál.

Turistické oblasti v Jihomoravském kraji

Turistická oblast Brno a okolí

V této turistické oblasti převažuje veletržní a kongresová turistika, kulturní, historická a poznávací. Doprovodnou turistikou je nákupní, golfová a cykloturistika. V okolí Brna je řada historických památek např. hrad Špilberk, kostel sv. Petra a Pavla a jiné. Město Brno se vyznačuje krásným historickým centrem, které je městskou památkovou rezervací. Mezi památky UNESCO řadíme i funkcionalistickou vilu Tugendhat. Brno je centrem obchodní turistiky, kde se pořádá řada veletrhů a kongresů. Mezi významné veletrhy patří Gaudeamus, který je důležitým zdrojem informací pro studenty středních škol a např. mezinárodní stavební veletrh IBF. Mezi významné oblasti cestovní ruchu v oblasti Brna řadím jeden z nejvýznamnějších okruhů v ČR - Masarykův okruh, který do Jihomoravského kraje každý rok přitáhne neuvěřitelný počet turistů. Při konání GranPrix 2013 se na Masarykově okruhu zastavilo 222 710 návštěvníků z různých koutů země. Mezi další velmi navštěvovaná místa v oblasti Brna je památková zóna Slavkovské bojiště, dinopark Vyškov.

Turistická oblast Moravský kras a okolí

Velmi navštěvované jsou čtyři jeskyně přístupné veřejnosti. Velmi navštěvovaná je také propast Macocha, která je součástí Punkevních jeskyní. V okolí Moravského krasu je navštěvované město Boskovice. Westernové městečko patří mezi velmi navštěvované turistické oblasti. Tradičním místem věřících turistů je barokní poutní chrám ve Křtinách.

Turistická oblast Pálava a Lednicko-Valtický areál

Lednicko-Valtický areál byl v roce 1996 zapsán do Seznamu světového dědictví UNESCO. Zámek Lednice s jeho zahradami řadíme mezi nejkrásnější památky v Jihomoravském kraji. Areál bývá nejnavštěvovanější turistickou oblastí v Jihomoravském kraji. Oblast Pálava má významný potenciál pro pobytový CR. V prostorách valtického zámku je umístěno Národní vinařské centrum, které pořádá výstavu vín s názvem Salon vín ČR s možností degustace. Mezi další navštěvovaná místa se řadí naleziště světoznámé Věstonické Venuše.

Turistická oblast Znojemsko a Podyjí

Oblast se vyznačuje převážně letní poznávací turistikou. Turisty přitahuje Vranovská přehrada se sportovním vyžitím. Tradiční jsou zde i cesty spojené s vinařskou turistikou. Další oblasti zájmu jsou Rotunda svaté Kateřiny, historické město Znojmo a další oblasti.

Turistická oblast Slovácko

Turistická oblast známá svými kořeny a folklórní tradicí. Mezi navštěvované památky patří zámek Milotice, templářské sklepy v Čejkovicích, archeologické naleziště v Mikulčicích, Baťův kanál a lázeňské město Hodonín. Mezi atraktivní místa patří folklorní a lidové festivaly a panenská příroda Bílé Karpaty.

3.1.6 Organizace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Důležitou roli v rozvoji cestovního ruchu má krajský úřad Jihomoravského kraje, který řídí oddělení cestovního ruchu Odboru regionálního rozvoje. Má koordinační, řídicí a rozhodovací právo. Je organizátorem seminářů, vzdělávacích akcí a marketingových úkonů v rámci cestovního ruchu. Oddělení cestovního ruchu dále zajišťuje komunikaci s ostatními institucemi. V roce 2007 vznikl Úřad Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod, který převzal část pravomocí. V rámci jeho kompetencí je příprava Regionálních operačních programů pro NUTS II a zajištění dokumentace pro čerpání finančních prostředků.

Velmi významnou roli v oblasti cestovního ruchu v kraji má Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava se Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR. Organizace byla založena z důvodu rozvoje a koordinace cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Mezi úkoly CCRJM patří zavádění jednotné značky regionu, rozvíjení informovanosti o CR, pořádání fam tripů, workshopů, sledování nových trendů v CR, spolupráce s turistickými informačními centry, analýzy a návrhy potenciálu regionu aj.

3.2 Socioekonomická charakteristika Olomouckého kraje



Obr. č. 2: Logo Olomouckého kraje

3.2.1 Obecná charakteristika

Olomoucký kraj se rozkládá ve střední části Moravy a zasahuje i do její severní části. Podle rozdělení dle NUTS II tvoří se Zlínským krajem oblast Střední Moravy. Olomoucký kraj se člení na pět okresů – Jeseník, Olomouc, Prostějov, Přerov a Šumperk. Na území Olomouckého kraje se nachází 13 správních obvodů obcí s rozšířenou působností a 20 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem. Celková rozloha kraje zabírá 6,7 % z celkové rozlohy České republiky, z toho podíl orné půdy činí 39,5 %, toto číslo se každý rok snižuje. Kraj má 399 obcí, z nichž má 30 obcí přiznaný statut města. Geograficky je kraj rozdělen na severní hornatou část s pohořím Jeseníky s nejvyšší horou Praděd (1 492 m n.m.) a jižní část tvořenou rovinatou Hanou. Územím protéká řeka Morava, na jejíž hladině u Kojetína je nejnižší položený bod kraje (190 m n.m.). Výměra kraje dosahuje 5 266 km², tzn. 6,7% z celkové rozlohy ČR. Olomoucký kraj se řadí na 8 místo z celkových 13 krajů a Prahy. Každým rokem klesá podíl orné půdy v současnosti okolo 40 % a zvyšuje se podíl nezemědělské půdy cca 47 %. Dopravní dostupnost kraje zajišťuje 601 km železničních tratí a 3566 km silnic, z nichž je pouze 12,2 % silnic I. třídy. V blízkosti Olomouce se nachází letiště pro malá dopravní letadla, které získalo statut mezinárodního letiště. Vzdělání v Olomouckém kraji zajišťují mateřské školy v počtu 373 na celý Olomoucký kraj. V Olomouckém kraji se také nachází 3 vysoké školy a 8 vyšších odborných škol, kde počet studentů vysokých škol dosahuje počtu 21 760.

3.2.2 Obyvatelstvo

Olomoucký kraj zaujímá 6. místo s 636 356 obyvatel k 31.12.2013. I v OK převažují ženy nad mužským pohlavím. Počet obyvatel v Olomouckém kraji do roku 2008 má rostoucí charakter. Od roku 2009 kles počet obyvatel o 6685 obyvatel do roku 2013. Nejmenší počet obyvatel z 5 okresů, má okres Jeseník v roce 2012 žilo v okrese 40 189 obyvatel, kde každým rokem od roku 2001 ubývá počet obyvatel tohoto okresu. Okres Prostějov, Přerov a Šumperk

se pohybují v počtu obyvatel nad hranicí 100 000 obyvatel. Největší počet obyvatel je v okrese Olomouc. Počet obyvatel zde dosahuje téměř 233 tis. obyvatel. Okres Olomouc je opakem ostatních okresů, kde počet obyvatel klesal, v okrese Olomouc se počet obyvatel každý rok zvýší. Je to převážně způsobeno, tím, že lidé se stěhují za prací, kde ji nalezneme více v okrese Olomouc oproti okresu Jeseník. Podrobný popis naleznete v tab. č. 3.3.

Tab. č. 3.3: Počet obyvatel v letech 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Olomoucký kraj	642 137	642 041	641 681	638 638	637 609
Jeseník	41 404	41 255	41 095	40 486	40 310
Olomouc	231 339	231 843	232 226	232 032	232 044
Prostějov	110 159	110 214	110 182	109 539	109 434
Přerov	134 722	134 324	133 932	133 023	132 768
Šumperk	124 475	124 405	124 246	123 558	123 281

Zdroj: Vlastní zpracování

V Olomouckém kraji z celkového počtu obyvatel žije 1,5 % cizinců. I v Olomouckém kraji pokračuje trend nižšího počtu uzavřených sňatků. V roce 2007 bylo uzavřeno 3 325 manželství oproti tomu v roce 2012 pouze 2 669. Průměrný věk v Olomouckém kraji dosahuje hodnoty 41,5 let, toto číslo se každým rokem zvyšuje. Jeden hlavní důvod k vyššímu průměrnému věku, můžeme přiřadit nižší porodnost, která se od roku 2009 snížila téměř o 900 živě narozených dětí.

3.2.3 Ekonomika

V Olomouckém kraji působí řada ekonomických subjektů provozující velkoobchod a maloobchod ve zpracovatelském průmyslu (výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, zpracování dřeva. Z dalších odvětví průmyslu je rozvinutý textilní a oděvní průmysl, který díky konkurzu OP Prostějov ztratil významného představitele a z jednoho největšího zaměstnavatele v kraji. Míra registrované nezaměstnanosti v roce 2009 vzrostla téměř o dvojnásobek, a to až na 12,48 %, což znamenalo 42 117 uchazečů o zaměstnání. V roce 2012 klesla míra registrované nezaměstnanosti a to na 11,37 %. Nejvíce uchazečů o zaměstnání je v okrese Olomouc, kde v roce 2011 je 12 470 uchazečů o zaměstnání, ale i přesto je největší procento míry registrované nezaměstnanosti v okrese Jeseník. Od roku 2001 toto procentu neustále stoupá až do roku 2006. Poté nastalo mírné zlepšení ve zmíněném ukazateli, ale od roku 2009 toto číslo opět stoupá až do roku 2010, kde čísla dosahují svého vrcholu. Při

srovnání Olomouckého kraje s ostatními kraji se do roku 2011 řadí mezi kraje s největší obecnou mírou nezaměstnanosti.

Průměrné mzdy neustále rostou. Průměrná měsíční mzda činí v roce 2012 22 269 Kč. Při srovnání s ostatními kraji je Olomoucký kraj v dolní polovině. V roce 2012 zaujímá při srovnání průměrné hrubé měsíční mzdy 8. místo. Opět při srovnání na tom nejlépe byla Praha, poté následoval Středočeský a Jihomoravský kraj. Hrubý domácí produkt se každým rokem zvyšuje, pouze rok 2009 se stal výjimkou, kde oproti roku 2008 klesl. V roce 2010 dosahoval hrubý domácí produkt na obyvatele hodnoty 270 987 Kč, což znamenalo třetí nejnižší hodnotu při srovnání krajů a hlavního města. Hlavní město má neuvěřitelných 776 968 Kč HDP/obyvatele v roce 2010 a i z tohoto důvodu se podílí na tvorbě HDP v ČR podílem 25,8 %. Středočeský i Jihomoravský kraj se opět umístily hned za Prahou a jejich podíl dosahoval hodnoty nad 10 %. Olomoucký kraj se pohyboval v dolní části s podílem 4,6 %. V roce 2012 činil HDP/1 obyvatele v Olomouckém kraji 284 457 Kč

Od roku 2001 klesá počet zaměstnanců v zemědělství, lesnictví a rybářství. V roce 2001 byl ještě počet téměř dvojnásobný se srovnáním s rokem 2012. Průmysl a stavebnictví se pohybují téměř na stejné úrovni. Tržní a netržní služby mají největší počet zaměstnanců, kde z celkového počtu zaměstnaných 283 900 osob pracuje 156 800 osob. Podrobné znázornění sektorové zaměstnanosti naleznete v tab. č. 2.

Tab. č. 2: Sektorová zaměstnanost 2008-2012

	2008	2009	2010	2011	2012
Zaměstnaní celkem v tis.	296	292,4	278,5	283,9	288,1
Primární	3,8	5,3	4,9	3,5	4,6
Sekundární	43,1	40,3	41,5	41,3	41
Terciální	53,2	54,4	53,5	55,2	54,3

Zdroj: vlastní zpracování

3.2.4 Životní prostředí

Zemědělství v Olomouckém kraji lze charakterizovat jako značně nehomogenní. Rozdíl je znatelný mezi severozápadní hornatou částí regionu a částí kraje střední a jihovýchodní. V severozápadní části nalezneme podprůměrné půdní a klimatické podmínky s převahou lesních ploch. V ostatní části kraje jsou příznivější podmínky pro rozvoj zemědělství. Orná půda tvoří až 80 % ploch v krajině. Zornění zemědělské půdy je v Olomouckém kraji na horší úrovni v porovnání s ostatními kraji. V kraji nalezneme dvě chráněné krajinné oblasti. Chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví, která představuje lužní lesy kolem řeky Moravy a chráněnou krajinnou oblast Jeseníky. Celková výměra chráněných krajinných oblastí na území Olomouckého kraje je 55 809 ha. V rámci soustavy Natura 2 000 bylo vymezeno 67 lokalit k ochraně významných druhů a biotopů.

Zalesnění Olomoucké kraje dosáhlo hodnoty 34,9 %. Výměra lesů Olomouckého kraje v roce 2008 činila 183 300 ha. ČR. Zdravotní stav lesních porostů je určován především mírou odlistění stromů v jejich korunách. Lesy potřebují udržovat jejich biodiverzitu a schopnost odolávat vnějším vlivům a uspokojovat různé požadavky.

Většinu území Olomouckého kraje zaujímá povodí řeky Moravy, zatímco povodí řeky Odry je omezeno na nejsevernější části. Hustota říční sítě vychází na 1,38 km toků na 1 km, ale v rámci kraje existují značné rozdíly mezi jednotlivými oblastmi. Vysokou hustotu říční sítě vykazují oblasti Zábřeh, Přerov a Litovel, naopak nízké hodnoty vykazuje Konice, Prostějov a Lipník nad Bečvou. Mezi nejvíce znečištěné toky patří řeka Brodečka, Morávka, Olešnice, Romže a Bečka. Mezi největší znečišťovatele kraje řadíme papírenské podniky a velké čistírny odpadních vod. Ovzduší je v Olomouckém kraji každým rokem lepší, kraj se pohybuje spíše na dolních příčkách, tedy lze řadit ke krajům s lepším životním ovzduším. V rámci okresů jsou nejhorší emise vyprodukovány v okrese Přerov a Olomouc

3.2.5 Cestovní ruch v Olomouckém kraji

Příjezdový cestovní ruch ovlivňuje poloha kraje. Olomoucký kraj se řadí do skupiny s podprůměrným počtem návštěvníků spolu s krajem Pardubickým a Vysočinou. V roce 2013 navštívilo Olomoucký kraj 441 tis. návštěvníků. Nejpočetnější zahraniční skupinou navštěvující Olomoucký kraj jsou turisté polské národnosti s 39 %, poté Slováci 22 % menší zastoupení mají němečtí turisté s 9 % a rakouští s 8 %. Zastoupení zahraničních turistů je v Olomouckém kraji dlouhodobě podprůměrné. Turisté Olomouckého kraje se nejčastěji ubytovávají v hromadných typech ubytování. Do Olomouckého kraje v letech 2006-2011 přijelo 431 tis. jednodenních návštěvníků. Průměrná doba pobytu v Olomouckém kraji se od roku 2006 snižuje. V roce 2006 činila 5 dní, kde za 7 let se délka pobytu snížila na 4,3 dny. Olomoucký kraj je nejméně navštěvovaný v letních měsících, kde přijíždí okolo 50 tis. turistů. Kraj nabízí řadu turistických zajímavostí. Přes přírodní krásy území po historické památky. Mezi nejznámější památky patří hrad Bouzov, Helfštýn, Šternberk. Mezi zámky v kraji řadíme zámek Úsov, Tovačov, Velké Losiny a Náměšť na Hané. V kraji nalezneme i desítky muzeí a galerií. Nejnavštěvovanějším městem je Olomouc, kde se nachází barokní Sloup Nejsvětější Trojice na náměstí, který byl v roce 2000 zapsán do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Olomouc je proslulá řadou církevních staveb, pořádáním výstavy květin a rostlin s názvem Flora Olomouc. V okolí města Olomouc se nachází poutní místo s bazilikou Navštívení Panny Marie na Svatém Kopečku, dále je Olomoucký kraj známý prostřednictvím zoologické zahrady.

V Olomouckém kraji především v Náměšti na Hané, v Prostějově, v Kojetíně se pořádají folklorní přehlídky a festivaly, je zde řada tanečních souborů, které se snaží o zachování lidových zvyků a tradic. V městě Prostějov a Přerov jsou nejznámější tenisové střediska, významná kvůli známým tenisovým legendám. Pro zimní sporty je upravena řada sjezdovek a lyžařských stop v Jeseníkách. Mezi nejznámější střediska patří Červenohorské sedlo, Ostružná, Ramzová a další. V kraji se pořádá i známý závodní speciál na trati Ecce Homo u Šternberka. Území Olomouckého kraje reprezentují dva turistické regiony Jeseníky a Střední Morava.

Turistický region Střední Morava je charakterizován výjimečným kulturním potenciálem města Olomouc. Významným turistickým místem je turistická lokalita s lázněmi Teplice nad Bečvou. Turistický region Střední Morava není chápána jako oblast pro

dovolenou, je spíše důležitým doplňkem turistického regionu Jeseník. V této oblasti se nachází potenciál v oblasti rozvoje kulturního dědictví. Cestovní ruch je možné rozvíjet pouze ve vazbě na turisticky atraktivní nabídku odpovídající současným trendům a to turistický region SM bohužel není. V rámci rozvoje je potřeba podporovat budování infrastruktury volnočasových aktivit, budování tematických parků, zlepšení ubytovacích zařízení aj.

Turistický region Jeseníky je charakterizován výjimečným přírodním potenciálem v kombinaci s řadou kulturních památek a atraktivit. CR se v této oblasti rychle rozvíjí a lze považovat za hnací motor ekonomické situace v kraji. V Jeseníkách nalezneme řadu lázeňských zařízení, která mají 50% přínos na ekonomické stránce regionu. V současnosti se v regionu nachází 10 sedačkových lanovek, které jsou lákadlem pro mnoho turistů. Rozvoj cestovního ruchu v regionu Jeseníky by měl podporovat rozvoj infrastruktury volnočasových aktivit, zkvalitnění ubytování a zkvalitnění lázeňství.

Mezi významné turistické oblasti v rámci turistického regionu Střední Morava patří:

- Zámek Plumlov
- Zámek Tovačov
- Mladečské jeskyně
- Lázně Teplice nad Bečvou
- Lázně Slatinice
- Arboretum Bílá Lhota
- Svatý Kopeček - poutní kostel
- Poutní chrám Očišťování Panny Marie Dub nad Moravou
- Muzeum Komenského Přerov
- Muzeum Prostějovska Prostějov

V rámci turistického region Jeseníky můžete navštívit:

- Hrad Kolštejn
- Jeskyně na Špičáku
- Lázně Velké Losiny
- Lázně Dolní Lipová
- Lázně Bludov
- Přecherňavací vodní elektrárna Dlouhé Stráně
- Zlatorudné mlýny Zlaté Hory
- Poutní místo Panny Marie Pomocné Zlaté Hory
- Vlastivědné muzeum Jeseník
- Vlastivědné muzeum Šumperk

4. Komparace vybraného dokumentu a empirická skutečnost Jihomoravského a Olomouckého kraje

V rámci diplomové práce je zjišťována skutečnost, jak plány rozvoje v oblasti cestovní ruchu byly naplněny a do jaké míry byly uskutečněny. V analýze mi byl podkladem dokument s názvem Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského a Olomouckého kraje pro roky 2007 – 2013. Svoje závěry se budu snažit potvrdit nebo vyvrátit rozhovorem vybraných obyvatelů daného kraje, kde budu zjišťovat jejich názor na rozvoj cestovního ruchu v daném kraji.

4.1. Program rozvoje cestovního ruchu

Program rozvoje cestovního ruchu je základní střednědobý programovým dokumentem k podpoře regionálního rozvoje na úrovni kraje, je pokladem pro výkon veřejné správy, dotační politiku státu a podkladem pro rozvoj podnikatelské činnosti v rámci cestovního ruchu.

Hlavní činnosti dokumentu je vymezení cílů, priorit a potřeb pro trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu pro dané území. Vymezuje oblasti dle vhodnosti a intenzity provozování různých forem CR. Také se zaměřuje na udržení kvality životního prostředí a životní úrovně obyvatel. Zabezpečuje spokojenost, zdraví obyvatel a návštěvníků daného území. Dále stanovuje únosné kapacity jednotlivých zón cestovního ruchu. Program rozvoje musí být v souladu se schválenými územně plánovacími dokumenty a zásadami trvale udržitelného rozvoje CR. Program rozvoje CR schvaluje zastupitelstvo obce, poté zveřejní návrh na portálu veřejné správy.

4.2 Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje 2007-2013

V rámci PR CR Jihomoravského kraje 2007-2013 je stanovena vize, která určuje směrem rozvoje CR následujících 7 let. Neočekává se, že vize bude zcela naplněna. Z důvodu lepší orientace je rozdělena do čtyř pomyslných pilířů – zdroje, poptávka, nabídka a instituce.

Zdroje jsou definovány jako využívání a zachování přírodních a kulturních hodnot, jelikož se Jihomoravský kraj skládá z různých krajinných typů. Kulturní a přírodní dědictví by měla být využívána, tak aby se v budoucnu nesnižovala jejich základna. Instituce na krajské a regionální úrovni zajišťující efektivní řízení a marketing v rámci cestovního ruchu. Při efektivním rozvoji CR je důležitá intenzivní spolupráce klíčových institucí cestovního ruchu. V neposlední řadě jsou důležitými pilíři v rámci rozvoje CR poptávka i nabídka. Při kvalitní a různorodé nabídce cestovního ruchu poroste i poptávka domácích i zahraničních turistů.

Oblasti rozvoje cestovního ruchu

Mezi hlavní oblasti rozvoje cestovního ruchu na léta 2007-2013 řadíme cykloturistiku, folklor, festivaly, kulturní akce a lidovou kulturu, dále gastronomický cestovní ruch včetně vinařství, golfová turistika, pobyt u vody a vodní turistika, kongresová, veletržní a incentivní turistika, lázeňský, léčebný cestovní ruch, wellness a v neposlední řadě tematické poznávání regionu. V rámci podpory cykloturistiky je vytváření cyklistických tras a stezek, zvýšení bezpečnosti na komunikacích a vybudování cyklistických komunikací s minimálním kontaktem s motorovou dopravou. Vytvářet image regionu prostřednictvím lidových zvyků, tanců a tradic. Gastronomický cestovní ruch a vinařství má v dnešní době velký potenciál v rozvoji. Podpora by také měla směřovat k rozvoji nových golfových hřišť, tak aby nabízela týdenní programy s návštěvou různých hřišť. Podpora jedné z forem cestovního ruchu vychází z dostatečného počtu vodních ploch. Zabezpečit kvalitu vodních ploch a vybudování vodních cest pro plavidla. Brno je jedno z nejhlavnějších turistických oblastí v rámci kongresové a veletržní turistiky, je důležité, aby se vytvářela i menší centra, která se stanou doplňkem zmíněné hlavní oblasti v rámci kongresové turistiky. Pomocí lázeňského a léčebného CR lze prodloužit pobyt návštěvníků kraje.

4.2.1 Cíle programu

Program rozvoje má jeden hlavní obecný cíl: zvýšit příjmy subjektů na území Jihomoravského kraje plynoucí z cestovního ruchu, dále upevnit cestovní ruch jako progresivní ekonomické odvětví, jehož rozvoj je v souladu se sociálním a kulturním rozvojem, ochranou životního prostředí a veřejného zdraví. Obecný plán konkretizují dílčí cíle na straně poptávky a operační cíle na straně nabídky.

Specifikace obecného cíle prostřednictvím dílčích cílů, které zní:

- zvýšení návštěv zahraničních i domácích návštěvníků
- zvýšení podílu návštěvníků s vyšším vzděláním a sociálním statusem
- prodloužení délky pobytu

Operační cíle nastiňují, co je potřeba pro naplnění obecného cíle na straně nabídky. :

- rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro různé formy CR
 - rozšíření infrastruktury pro cykloturistiku a zvýšení bezpečnosti cyklistů
 - rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro formy CR, které zajistí delší pobyt návštěvníků
 - rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro formy CR, které přináší vysoké výnosy
 - zlepšení stavu památkově chráněných objektů významných pro CR
 - zvýšení památkově chráněných objektů
 - zlepšení vybavenosti regionu infrastrukturou
- vytváření a zkvalitnění turistických produktů a posilování marketingu
 - zvýšení počtu konaných akcí a zajištění jejich udržitelnosti
 - rozšířit nabídku tematických a regionálních produktů CR
 - rozšíření nabídky doplňkových služeb
- Zefektivnění a koordinace marketingu a řízení CR
 - zapojení do řízení CR na krajské i regionální úrovni
 - rozšíření spolupráce s podnikatelským sektorem
 - zlepšení prezentace kraje
 - zvýšení potenciálu lidských zdrojů v oblasti CR
 - posílit spolupráci i mimo Českou republiku

Jednotlivé priority jsou rozděleny do podrobnější struktury, která vytváří strategickou část návrhové části. V následujícím textu si představím podrobně jednotlivé priority.

Obecně je první priorita zaměřená na rozvoj infrastruktury, což zahrnuje výstavbu, rekonstrukci, revitalizaci nebo nákup zařízení. Úkolem priority je zvýšení realizačních předpokladů pro rozvoj CR. Předpokladem je náročnost na finanční prostředky, z tohoto důvodu bude priorita pro financování využívat strukturální fondy.

Priorita 1: Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro různé formy CR

1.1. Infrastruktura pro cykloturistiku

- 1.1.1. Dobudování páteřních cyklistických tras a stezek
- 1.1.2. Zvýšení bezpečnosti na existujících cyklistických trasách a stezkách

1.2. Infrastruktura pro kongresový a léčebný cestovní ruch

- 1.2.1. Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro kongresovou a veletržní turistiku
- 1.2.2. Výstavba, rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro wellness a léčebný CR

1.3. Infrastruktura pro pobyt u vody a rekreační plavbu

- 1.3.1. Zlepšení stavu a kvality vodních ploch a infrastruktury pro pobyt u vody
- 1.3.2. Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro rekreační plavbu

1.4. Infrastruktura po golfovou turistiku

- 1.4.1. Zvýšení kapacity a kvality infrastruktury pro golfovou turistiku
- 1.4.2. Výstavba nových golfových hřišť

1.5. Infrastruktura pro poznávací a kulturní cestovní ruch

- 1.5.1. Rekonstrukce památkových objektů pro potřeby cestovního ruchu
- 1.5.2. Úprava infrastruktury pro turistiku zaměřenou na poznávání regionálních specifik

1.6. Mobilní infrastruktura

- 1.6.1. Posílení vybavenosti drobnou infrastrukturou a mobilní mobiliářem pro různé formy cestovního ruchu

Druhá priorita je zaměřena na podporu marketingu, tvorbu produktových balíčků se zaměřením na regionální a tematické prvky území. Finanční náročnost druhé priority je výrazně nižší než u předchozí priority, ale i u této varianty bude částečné financování probíhat ze strukturálních fondů.

Priorita 2: Vytváření a zkvalitňování turistických produktů a posilování jejich marketingu

2.1. Produkty poznávací, kulturní a folklórní turistiky

- 2.1.1. Podpora pořádání pravidelných festivalů, folklórních a ostatních kulturních akcí
- 2.1.2. Sjednocení marketingu kulturních folklórních akcí
- 2.1.3. Posílení nabídky produktů tematické poznávací turistiky

2.2. Cykloturistika

2.2.1. Rozšíření produktové nabídky pro cykloturistiku

2.3. Produkty dalších forem cestovního ruchu

2.3.1. Vytvoření komplexní nabídky golfové destinace Jižní Morava

2.3.2. Vytvoření a rozšiřování produktů gastronomické turistiky

2.3.3. Rozšíření nabídky služeb v rámci veletržní, kongresové a incentivní turistiky

2.3.4. Vytváření regionální nabídky pro wellness a léčebné pobyty

Třetí priorita zahrnuje administrativní a institucionální opatření v rámci institucí, organizací a koordinace rozvoje cestovního ruchu. Náročnost třetí priority není spatřována ve finanční oblasti, ale spíše v administrativní.

Priorita č. 3: Zefektivnění a koordinace řízení cestovního ruchu

3.1. Management cestovního ruchu

3.1.1. Posilování potenciálu lidských zdrojů v cestovním ruchu

3.1.2. Monitoring a průzkumy v oblasti cestovního ruchu

3.1.3. Zřízení a realizace poradenských služeb v oblasti cestovního ruchu

3.2. Koordinace aktivit s vnějšími subjekty

3.2.1. Rozvoj spolupráce s okolními destinacemi

3.2.2. Posílení spolupráce s incomingovými cestovními kancelářemi a agenturami

3.3. Marketing cestovního ruchu

3.3.1. Posílení jednotného marketingu Jižní Moravy

3.3.2. Vytvoření jednotné prezentace turistických produktů Jižní Moravy

3.3.3. Vytvoření jednotného krajského informačního a rezervačního systému

3.3.4. Rozšíření a prohloubení mediální prezentace kraje

Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007 -2013 obsahoval celkově 335 projektů. Z toho 82 projektů bylo zařazeno do skupiny č. 1. Záměry spadající do této skupiny, naplňují priority a cíle stanovené Programem rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje a mají významný dopad na CR v kraji či regionu. Zbýlých 253 projektů je zařazeno do skupiny č. 2, která se liší tím, že dopad záměru je v místě projektu a nemá širší dopad na rozvoj CR v kraji.

4.2.2 Finanční stránka programu

V rámci financování je provedeno zhodnocení možností financování navržených priorit a opatření. Financování probíhá především ze strukturálních fondů EU a dalších dotačních zdrojů určených pro oblast cestovního ruchu, např. ze státního rozpočtu, krajských rozpočtů, příspěvky od obcí a podnikatelů, vlastní výdělečná činnost. Dalšími dotačními tituly jsou Operační program Přeshraniční spolupráce ČR-Rakousko, OP Přeshraniční spolupráce ČR – Slovensko, Operační program Životní prostředí, Program rozvoje venkova, finanční mechanismy EHP/Norska a jiné. Významným činitelem při financování Jihomoravského kraje je Regionální operační program NUTS II, který přiblížím v následující části.

Regionální operační program NUTS II

ROP JV měl pro období 2007 – 2013 celkem 20 mld. Kč k dispozici pro Jihomoravský kraj a Vysočinu. Finanční prostředky byly použity na dopravní infrastrukturu, cestovní ruch a rozvoj měst a venkova. Při kvalitním zpracování projektů mohl kraj získat ze zmíněného programu celkem 2,8 mld. Kč každý rok.

Globální cíl operačního programu je konkurenceschopnost regionu, snaží se přispět k rozvoji potenciálu kraje, dále zlepšení cestovního ruchu a zkvalitnění podmínek pro život obyvatel, to vše v souladu s principy udržitelného vývoje.

Hlavní cíl ROP JV je posílit dopravní dostupnost a dopravní obslužnost regionu v souladu s udržitelným rozvojem, dále zkvalitnit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v regionu podporou infrastruktury, koordinace rozvojových aktivit, marketingu a lidských zdrojů. V neposlední řadě se snaží, o zvyšování konkurenceschopnosti regionu.

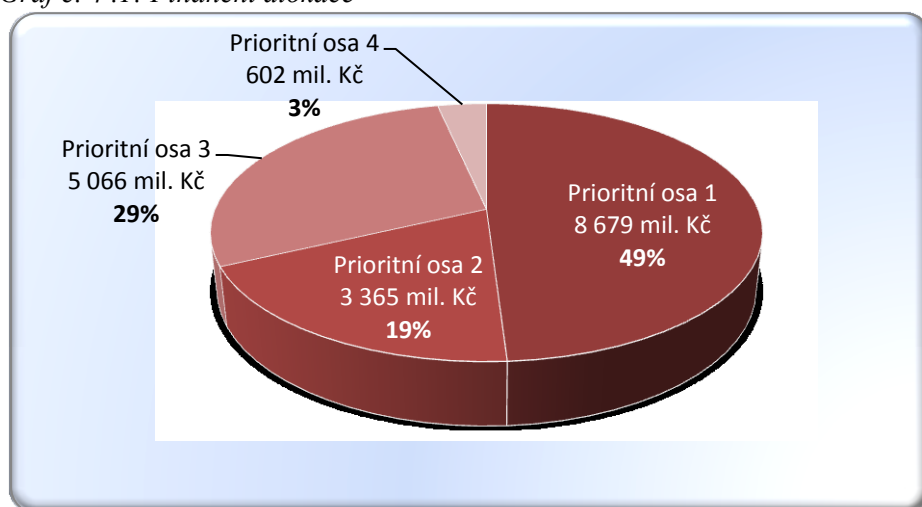
ROP JV má čtyři základní prioritní osy:

1. prioritní osa: Dostupnost dopravy
2. prioritní osa: Rozvoj udržitelného cestovního ruchu

3. prioritní osa: Udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel

4. prioritní osa: Technická podpora

Graf č. 4.1: Finanční alokace



Zdroj: Vlastní zpracování

Cílem prioritní osy č. 2 je zkvalitnění podmínek pro rozvoj CR, rozvoj infrastruktury a technického zázemí, koordinace rozvojových aktivit, marketing a to v souladu s rozvojem cestovního ruchu. Specifické cíle se sledují rozvoj, zkvalitnění a doprovodné služby pro rozvoj v oblasti CR. Zajišťují trvalou údržbu, renovaci, zpřístupnění a využití památek. Rozšiřují oblasti turistiky, zvyšují počet stezek pro cykloturistiku, pěší turistiku a jiné.

Vyhodnocení Programu rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje 2007 – 2013

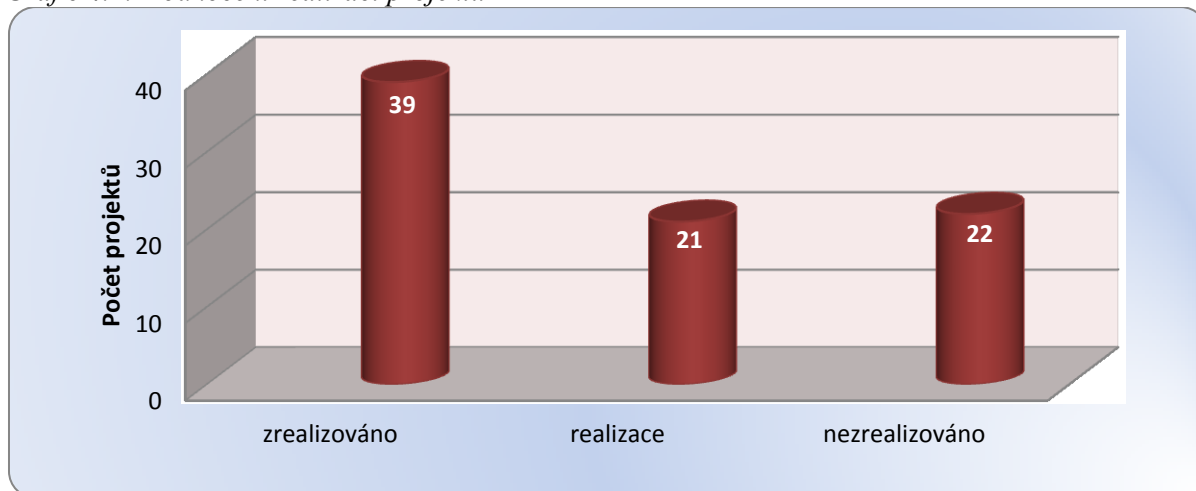
V rámci šetření bylo zjištěno, že Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje obsahoval 82 projektových záměrů, které naplňují priority a cíle stavené dle tohoto dokumentu a mají významný dopad na rozvoj cestovního ruchu v kraji a regionu spadající do 1 skupiny. Dále obsahoval 253 projektových záměrů, které také naplňují priority a cíle stanovené v PRCR JMK, ale mají významný dopad na rozvoj cestovního ruchu v místě realizace spadajících do 2 skupiny. Celkem se tedy bavíme o 335 projektových záměrech na období 2007 -2013. Vyhodnocení realizace projektů bylo provedeno v roce 2010 oddělením cestovního ruchu JMK. V rámci lepší orientace jsou projekty rozděleny do 3 skupin:

- projekty zrealizované do poloviny roku 2013
- projekty s probíhající realizací
- nerealizující projekty

V následujícím textu se zaměřím na skupinu č. 1, kde rozvoj cestovního ruchu dopadá na celkové území kraje a regionu. Poté přiblížím projekty uskutečňujících v místě realizace projektu. Z celkových 82 projektových záměrů bylo do poloviny roku 2013 dokončeno 39

projektů, v realizaci je 21 projektů a zbylých 22 nebylo realizováno. Důvody překážek k realizaci lze spatřovat v nedostatečných finančních prostředcích, dále také z technických nebo administrativních důvodů. V grafu 4. 2. nalezneme grafické znázornění.

Graf č 4.2: Hodnocení realizací projektů



Zdroj: Vlastní zpracování

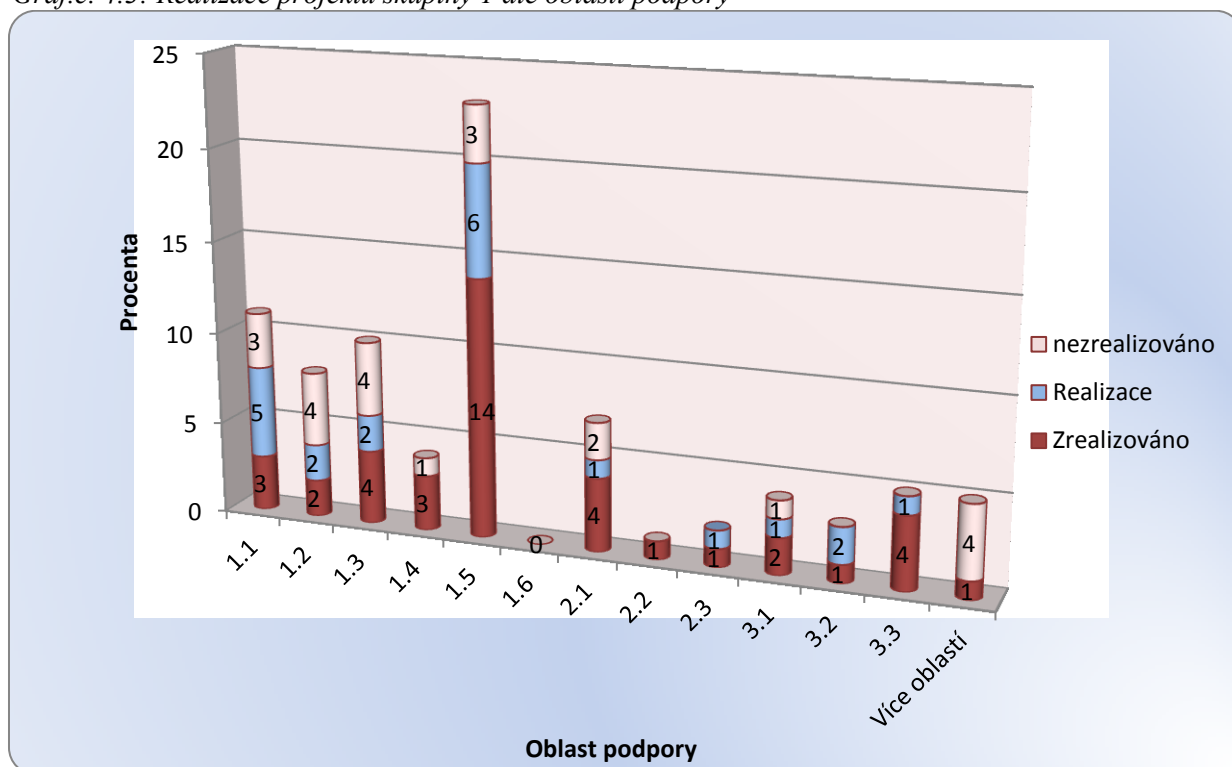
Jak již bylo zmíněno v předchozím textu, v rámci Programu rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji 2007 -2013 byly vymezeny tři základní priority a to:

1. rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro různé formy CR
2. vytváření a zkvalitnění turistických produktů a posilování marketingu
3. Zefektivnění a koordinace marketingu a řízení CR

V počtu projektů v rámci priorit byly značné rozdíly. Priorita číslo jedna obsahovala 56 projektů, pro prioritu číslo dvě bylo plánováno 10 projektů, 14 projektů zahrnovala priorita číslo 3 a současně 12 projektů bylo zahrnuto do více priorit. Grafické znázornění naleznete v příloze č. 3 graf č. 1.

Následující graf č. 4. 3. znázorňuje realizaci projektů skupiny 1 dle oblasti podpory. V grafu vidíme, že nejvíce projektů bylo realizováno v oblasti podpory č. 1.5 pod názvem Infrastruktura pro poznávací a kulturní cestovní ruch. Mobilní infrastruktura pod číslem 1. 6. nezahrnovala žádný projekt. Z celkového počtu 12 oblastí, jsou pouze 4 oblasti zcela zrealizovány nebo probíhá realizace.

Graf.č. 4.3: Realizace projektu skupiny 1 dle oblastí podpory



Zdroj: Vlastní zpracování

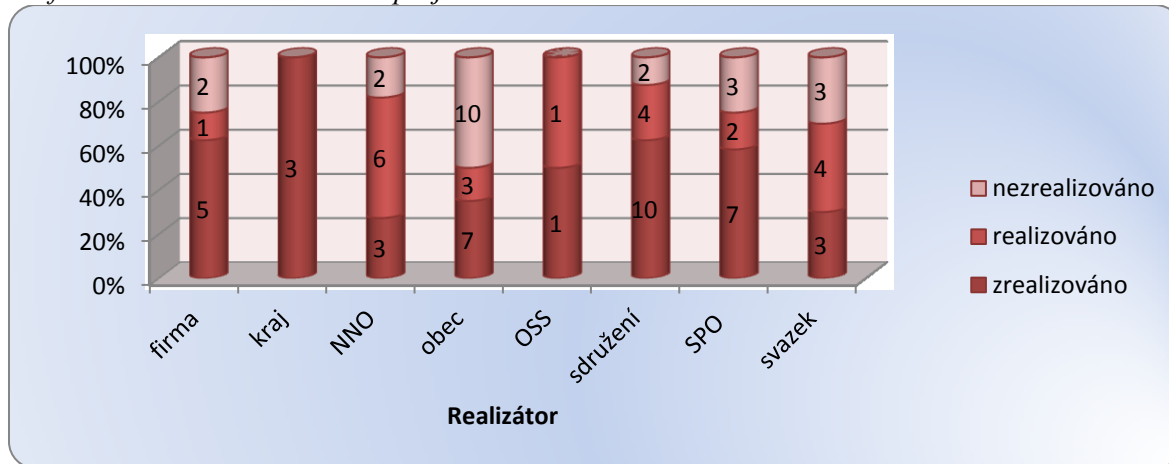
Při bližším pohledu na zodpovědného realizátora můžeme vidět, že nejvíce projektů v celkovém počtu 20 měly realizovat obce, kde úspěšnost realizovaných projektů je pouze 50%. Oproti tomu úspěšnost sdružení byla téměř 90%, nepodařilo se uskutečnit dva projekty z celkových plánovaných 16 projektů. V procentní úspěšnosti je na tom nejlépe kraj, který má 100% úspěšnost, ale počet projektů, které měl realizovat, byl velmi nízký, jednalo se pouze o 3 projekty v rukou kraje.

Finanční náklady na projekty skupiny č. 1 byly v celkové výšce cca 4,3 mld. Kč. Zrealizované projekty skupiny č. 1 byly v celkové hodnotě cca 2,5 mld. Kč, v realizaci jsou projekty v hodnotě 1,7 ml. Kč. Nezrealizované projekty byly ve výši cca 3,7 mld. Kč.

Skupina č. 2 obsahoval 253 projektových záměrů naplňující priority a cíle stanovené v PRČR JMK s významným dopadem na rozvoj cestovního ruchu v místě realizace. Z celkového počtu 64 projektů, které mohly být v roce 2010 přezkoumány, bylo dokončeno 25 projektů, v realizaci bylo 9 projektů a téměř polovina projektů nebyla vůbec realizována, jednalo se o celých 30 projektů. Rozšíření a zkvalitnění infrastruktury pro různé formy cestovního ruchu téměř 51 projektů, ale i zde je 40 % nerealizováno. Ze čtyř projektů, které spadaly do priority č. 3, nebyl žádný projekt zrealizován. U skupiny č. 2 měly být

nejčastějším realizátorem obce a sdružení z důvodu lokálního dopadu projektů. Ve většině případů se jednalo právě o zmíněné realizátory, ale jejich úspěšnost nebyla naplněna, nerealizovalo se celkem 45 % projektů.

Graf č. 4.4: Hodnocení realizací projektů dle realizátora



Zdroj: Vlastní zpracování

V tomto případě je tedy evidentní, že finanční náklady jsou výrazně nižší. Za realizaci projektů bylo vynaloženo 447 mil. Kč a nezrealizované projekty jsou ve výši 402 mil. Kč. Nejvýznamnější nástrojem k realizaci projektů a aktivit se stal Regionální operační program regionu NUTS II Jihovýchod. V rámci programu je vymezena prioritní osa 2 se zaměřením na podporu projektů na realizaci infrastruktury služeb CR. V rámci dotační politiky bylo ze zmíněného Regionálního operačního programu regionu NUTS II Jihovýchod finančně podporováno 144 projektů za cca 2,2 mld. Kč. Nejenže dotace přispěly k rozvoji cestovního ruchu v Jihomoravském kraji, jedním neodmyslitelným pozitivním vlivem bylo vytvoření cca 500 pracovních míst, zrekonstruovalo se 30 památkových objektů a řada vytvořených propagačních materiálů na rozvoj cestovního ruchu.

V období 2007-2013 byla uskutečněna řada projektů, které měly za následek zvýšení atraktivity Jihomoravského kraje pro turisty jak ze zahraniční, tak z České republiky.

Mezi projekty, které byly realizovány, můžeme zahrnout westernové městečko v Boskovcích, vybudování cyklostezky a rozvoj turistické plavby na Baťově kanálu. Město Brno mělo i mezinárodní projekt týkající se restaurování vily Tugendhat. Město investovalo do hvězdárny a planetária, ZOO, hrad Špilberk. K nejčastějším projektům v rámci programu rozvoje kraje bylo budování cyklostezek.

V rámci priority č. 3 Zefektivnění a koordinace marketingu a řízení CR byly uskutečněny s názvem prezentace Jihomoravského kraje doma i v zahraničí, propagace cestovního ruchu v JMK prostřednictvím turistických rodinných pasů, Propagace Jižní Moravy jako kongresové a incentivní destinace, Jihomoravského kraje ve východní Evropě a zažijte Jižní Moravu, Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava uskutečnila projekty s názvem Kongresová, veletržní a incentivní turistika v regionu Jižní Morava, regionální rezervační systém posílení image regionu Jižní Morava a rozvoj informovanosti aj.

V hodnocení projektů se ukázalo, že celá řada projektů nebyla uskutečněna, ať už z důvodu špatné dokumentace, technické připravenosti nebo nedostatečné všeobecné přípravy. Z tohoto důvodu můžeme říct, že potenciál v oblasti rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji je obrovský.

4.3 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011-2013

V rámci programu rozvoje CR OK je základním cílem vize koordinovat rozvoj turistických regionů Jeseníky a Střední Morava. Vize Olomouckého kraje zahrnuje všeobecnou charakteristiku pro oba turistické regiony. Vize pojednává o trvale udržitelném rozvoji cestovního ruchu na území Olomouckého kraje. Koordinovaný postup při budování infrastruktury a podpoře marketingu ve spolupráci se všemi subjekty zainteresovanými na rozvoji cestovního ruchu v OK.

4.3.1 Cíl programu

V rámci programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje byl definován globální cíl: zvýšit ekonomickou výkonnost sektoru efektivním využitím a dalším rozvojem dostupného kulturního a přírodního potenciálu, a tím docílit také zvýšení konkurenceschopnosti Olomouckého kraje jako významné destinace cestovního ruchu. Obecný neboli globální cíl konkretizují následné dílčí cíle:

- Zvýšení četnosti pobytu přijíždějících návštěvníků a prodloužení hlavních návštěvních sezón
- Zvýšení počtu domácích i zahraničních turistů a zvýšení jejich výdajů v regionu
- Zvýšení zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu

Priorita č. 1 má za cíl vytvářet příznivé podnikatelské prostředí pro investice soukromého kapitálu a zajistit trvale udržitelný rozvoj kraje. V rámci priority nejde jen o urychlení rozvoje budování cyklostezek, jde také o podporu infrastruktury spojené s budováním nových areálů

pro volnočasové aktivity a rekonstrukci a modernizaci stávajících objektů cestovního ruchu např. areály pro sjezdové a běžecké lyžování, tenisové kurty, plavecké bazény aj. Infrastruktura cestovního ruchu se musí vyvíjet i v jiných neméně důležitých oblastech. Jedná se především o značení turistických okruhů a také podpora obnovy kulturních a technických památek. Aktivity, které nemají přímou souvislost s CR, ale mají velmi významný vliv na rozvoj cestovního ruchu, jsou výstavba dálnic, obnova regionálních silnic, parkovišť a rozšíření dopravní obslužnosti regionu.

Priorita č. 1 Veřejná infrastruktura a služby

1.1 Rozvoj dopravy

1.1.1 Zlepšení dopravní infrastruktury

1.1.2 Bezmotorová doprava

1.2 Rozvoj oblastí s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb

1.3 Rozvoj ostatních oblastí cestovního ruchu

V rámci priority číslo 2 je potřeba zapojit podnikatelské subjekty do přípravy a realizace akčních plánů a regionálně významných projektů, které zvýší atraktivitu území pro cestovní ruch s potenciálem zvýšení příjmů z cestovního ruchu. Hlavní cíle podpory je budování a modernizace ubytovacích kapacit a s tím spojené infrastruktury doplňkových služeb těchto zařízení. Důležitý je rozvoj ve výstavbě nových volnočasových a zábavných parků a areálů.

Priorita č. 2: Podnikatelská infrastruktura a služby

2.1 Rozvoj oblastí s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb

2.2 Rozvoj ostatních oblastí cestovního ruchu

Cílem priority číslo 3 je zefektivnit celý proces, tj. od vytipování cílových trhů, přípravné strategie až k její důsledné realizaci. Rozšířit tvorbu produktových balíčků cestovního ruchu a podpořit jejich prodej.

Priorita č. 3: Marketing a řízení

3.1 Rozvoj regionálních organizací cestovního ruchu

3.2 Rozvoj jednotného a koordinovaného marketingu

4.3.2 Finanční zdroje programu

V rámci programu lze předpokládat, že množství projektů bude financováno prostřednictvím víceetapného financování, tzn. že finanční prostředky budou pocházet z více zdrojů. Pro realizaci projektů budou zapotřebí i zdroje z místních zdrojů. Větší část finančních prostředků bude poskytnuta ze strukturálních fondů EU, a to zejména prostřednictvím Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Morava.

Regionální operační program NUTS II Střední Morava

ROP NUTS II Střední Morava je v rámci programovacího období 2007-2013 určen pro region soudržnosti Střední Morava skládajícího se z Olomouckého a Zlínského kraje. ROP Střední Morava obsahuje 4 základní prioritní osy, které jsou dále konkretizovány prostřednictvím tzv. oblasti podpory, vymezující, jaké typy projektů mohou být podpořeny. Prioritní osy ROP Střední Morava je doprava, Integrovaný rozvoj a obnova regionu, cestovní ruch a technická pomoc. Z fondu EU je vyčleněno 18,54 mld. Kč Na oblast podpory prioritní osy č. 3 cestovní ruch, je vyčleněno celkem 121,6 mil. EUR, tj. 18,5 % z celkového objemu finančních prostředků ROP NUTS II SM). Globálním cílem je zlepšení atraktivnosti regionu soudržnosti Střední Morava pro účely cestovního ruchu, zlepšení jeho infrastruktury služeb, informovanosti a propagace.

Úspěch strategie vyjadřují specifické cíle prioritní osy, které jsou naplňovány jednotlivými oblastmi podpory:

- *Cíl 1: Zvýšení atraktivnosti regionu zkvalitněním infrastruktury pro rozvoj CR na území s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb*
- *Cíl 2: Zvýšení atraktivnosti regionu zkvalitněním infrastruktury pro rozvoj CR na zemi mimo vysokou koncentraci infrastruktury a služeb*
- *Cíl 3: Rozvoj služeb v CR zajišťovaný podnikatelskými subjekty*
- *Cíl 4: Zvýšení zájmu turistů o region podporované koordinovaným rozvojem a propagací produktů cestovního ruchu*

Prioritní osa 3 Cestovní ruch je tvořena 4 oblastmi podpory

- 3.1 Integrovaný rozvoj CR
- 3.2 Veřejná infrastruktura a služby
- 3.3 Podnikatelská infrastruktura a služby
- 3.4 Propagace

Vyhodnocení Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje 2007 – 2013

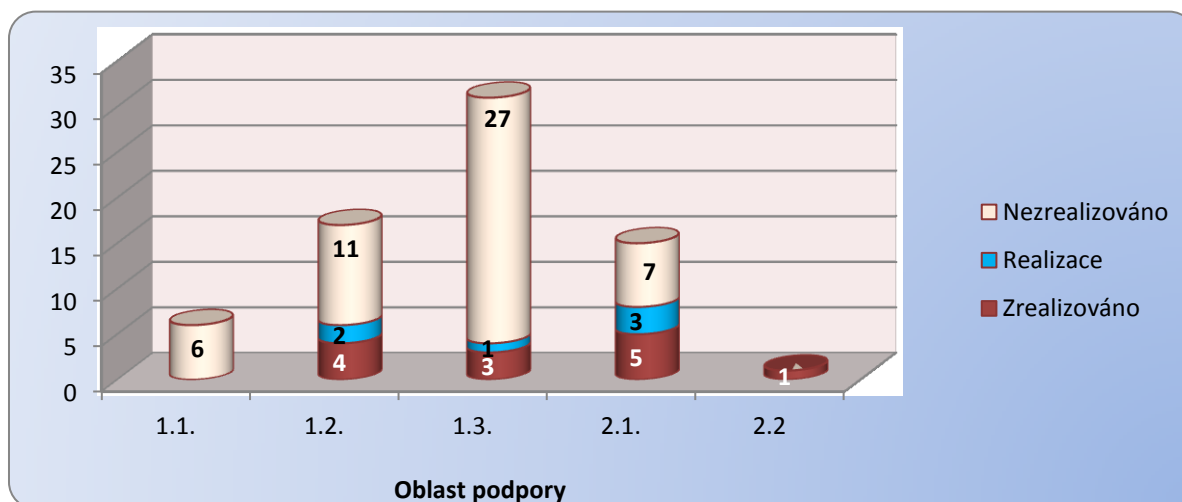
V rámci šetření bylo zjištěno, že Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje obsahoval 70 projektových záměrů, které naplňují priority a cíle stavené dle tohoto dokumentu a mají významný dopad na rozvoj cestovního ruchu v kraji a regionu spadající do 1 skupiny. Dále obsahoval 335 projektových záměrů, které také naplňují priority a cíle stanovené v PRCR OK, ale mají významný dopad na rozvoj cestovního ruchu v místě realizace spadajících do 2 skupiny. Celkem se tedy bavíme o 405 projektových záměrech na období 2007 -2013. Vyhodnocení realizace projektů bylo provedeno v roce 2010 oddělením cestovního ruchu Olomouckého kraje.

V rámci lepší orientace jsou projekty opět rozděleny do 3 skupin:

1. projekty zrealizované do poloviny roku 2013
2. projekty s probíhající realizací
3. nerealizující projekty

V následujícím textu se zaměřím na skupinu č. 1, kde rozvoj cestovního ruchu dopadá na celkové území kraje a regionu. Poté přiblížím projekty uskutečňujících v místě realizace projektu. Z celkových 70 projektových záměrů, které mohly být přezkoumány, bylo do poloviny roku 2010 dokončeno 17 projektů, v realizaci je 12 projektů a u zbylých 41 projektů nebyla spuštěna realizace. Důvody překážek k realizaci lze spatřovat v nedostatečných finančních prostředcích, dále také z technických nebo administrativních důvodů. Při pohledu na rozdělení projektů dle priorit je nejvyužívanější prioritou č. 1, která obsahovala 54 projektů, a prioritou č. 2 zahrnovala celkem 21 projektů. V rámci skupiny č. 1, kde projekty mají dopad na celé území kraje, nebyl zpracován žádný projekt spadající do priority č. 3 Marketing a řízení. V následujícím grafu č. 4.5 naleznete realizaci projektů skupiny č. 1 dle oblastí podpory. Z grafu je patrné, že nejvíce projektů obsahovala oblast podpory č. 1.3. Rozvoj ostatních oblastí cestovního ruchu, jednalo se o celkový počet 31 projektů, 27 z nich nebylo vůbec zrealizováno, jedná se tedy pouze o 13% úspěšnost při realizaci projektů týkající se této oblasti podpory. Z grafu je patrné, že oblast podpory č. 1.1 Rozvoj dopravy bylo navrženo 6 projektů, ze kterých nebyl ani jeden zrealizován a není ani v realizaci. Nejvíce projektů bylo zrealizováno z oblasti podpory 2.1. Rozvoj oblastí s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb. Zrealizováno bylo 5 projektů a u 3 projektů probíhá realizace. Mezi nejúspěšnější oblastí podpory řadíme rozvoj ostatních oblastí cestovního ruchu. Úspěšnost je 100%, ale je to zapříčiněno z důvodu nízkého počtu projektů.

Graf č.: 4.5: Hodnocení projektů dle oblasti podpory



Zdroj: Vlastní zpracování

Při bližším pohledu na graf 4 v příloze č. 3 na zodpovědného realizátora můžeme vidět, že nejvíce projektů v celkovém počtu 26 projektů měla realizovat města, kde úspěšnost realizovaných projektů je pouhých 28 %. Úspěšnost obcí byla 50 % i toto číslo není nikterak vysoké, ale zrealizováno nebo v realizaci je polovina plánovaných projektů. Nejvyšší procento úspěšnosti získal Olomoucký kraj, kde úspěšnost byla 100 %.

Skupina č. 2 obsahovala 335 projektových záměrů naplňující priority a cíle stanovené v PRČR OK s významným dopadem na rozvoj cestovního ruchu v místě realizace. Z celkového počtu 70 projektů, které mohly být v roce 2010 přezkoumány, bylo dokončeno 20 projektů, v realizaci bylo 12 projektů a více jak polovina projektů nebyla vůbec realizována, jednalo se o celých 38 projektů. Grafické znázornění naleznete v příloze č. 3. V rámci bližšího rozdělení většina projektů spadá do priority č. 1 Veřejná infrastruktura a služby. Počet projektů přezkoumaných v roce 2010 spadající do priority č. 1 je celých 50. Do priority číslo 2 spadají 3 projekty a prioritu číslo 3 naplňuje 17 programů. Ve skutečnosti bylo zrealizováno v rámci priority č. 1 15 projektů, u priority č. 2 byl zrealizován pouze 1 projekt a priority č. 3 byly uskutečněny 4 projekty. Nejvíce neuskutečněných projektů bylo také v rámci priority č. 1. 27 projektů. Podrobné vymezení naleznete v příloze č. 3.

Mezi projekty, které byly zrealizovány v rámci Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje 2007-2013 bylo vytvoření Olomouc region card, které napomáhají k zvýšení cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Karty pracují na principu vydání jednorázové částky na jeden den a nebudete muset platit jednorázové vstupné. Karta zahrnuje vstup do 195 objektů zdarma v rámci Olomouckého kraje a městská hromadná doprava zcela

zdarma, to vše po dobu platnosti karty. Mezi další projekty, které byly uskutečněny, můžeme zahrnout výstavbu řady cyklostezek v území, rekonstrukce stávajících areálů.

4.4 Metodika výzkumu

V rámci svého hodnocení nevyužiji pouze dostupnou literaturu. Svoje závěry o rozvoji cestovního ruchu budu potvrzovat nebo vyvracet prostřednictvím kvalitativního výzkumu. Kvalitativní výzkum obsahuje fázi přípravy, která zahrnuje vyhotovení odpovědného archu rozhovorů, fázi sběru dat a informací, vyhodnocení výsledků výzkumu včetně interpretace získaných poznatků.

4.4.1 Výzkumný cíl

Cílem kvalitativního výzkumu je zjištění důvodů návštěvnosti Jihomoravského kraje a Olomouckého kraje, délky návštěvnosti a zjištění důvodu návštěvy zmíněných krajů.

4.4.2 Výzkumná metoda

Výzkumnou metodou byl zvolen kvalitativní výzkum. Hlavní metodou sběru dat je rozhovor s návštěvníky Jihomoravského a Olomouckého kraje. Metoda rozhovoru se řadí mezi výzkumné metody založených na zachycení faktů, postojů a motivů respondenta. Jedná se o kontakt „tváří v tvář“ a dochází mezi výzkumníkem a respondentem k interpersonálnímu kontaktu. U rozhovoru sledujeme čtyři stádia průběhu: úvod, vzestup, dosažení cíle a závěr. V úvodní části navazujeme s respondentem přátelskou atmosféru pomocí vřelého vystupování. Poté následuje vysvětlení účelu práce a získání souhlasu s provedením rozhovoru, případně souhlasu k digitální nahrávce. V první části samotného rozhovoru se tazatel zeptá na osobní otázky a poté následují otázky k problematice výzkumu. V závěrečné fázi rozhovoru si tazatel ověřuje, zda neměl dotazovaný dojem „zneužití“ v rámci poskytnutí informací. Po navázání uvolněné atmosféry se s dotazovaným loučí.

Druhy rozhovorů

- Strukturovaný rozhovor – otázky a alternativy odpovědí jsou přesně dány
- Nestrukturovaný rozhovor – úplná volnost odpovědi
- Polostrukturovaný rozhovor – nabídka alternativ odpovědí s následným vysvětlením a objasněním respondentem

Polostrukturovaný rozhovor

V rámci diplomové práce jsem zvolila metodu moderovaného rozhovoru, a to konkrétně polostrukturovaného rozhovoru. Jedná se o nejrozšířenější typ metody interview. Nejprve jsem si vytvořila schéma, které obsahuje okruhy otázek pokládaných při rozhovoru. V rámci přípravy jsem si definovala tzv. jádro interview, což je minimum otázek, které se musí při rozhovoru tazateli položit a jsou stěžejním prvkem pro vyhodnocení daných rozhovorů.

4.4.3 Výzkumný vzorek

V rámci diplomové práce se zabývám zhodnocením rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském a Olomouckém kraji od roku 2007 do roku 2013. Z tohoto důvodu se volba respondentů týkala návštěvníků Jihomoravského a Olomouckého kraje, což bylo jedno z hlavních kritérií volby 20 respondentů. V první části rozhovoru se zabývám identifikačními údaji o respondentovi a druhá část se týká cestovního ruchu v Jihomoravském a Olomouckém kraji. V příloze č. 4 naleznete strukturu rozhovoru použitého při výzkumu.

4.4.3 Analýza výsledků výzkumu

Následující část je věnována konkrétním údajům získaných prostřednictvím rozhovoru uskutečněných během roku 2014. Nejprve uvedu ukázky čtyř rozhovorů (dvě ukázky z Jihomoravského kraje a dvě ukázky z Olomouckého kraje) a poté zhodnotím výsledky všech 20 rozhovorů z JM a OK. Pro lepší orientaci ve zjištěných výsledcích budou všechny hodnoty zpracovány v grafickém znázornění. Grafy jsou součástí přílohy č. 4. V hodnocení zjištěných výsledků se budu snažit zdůraznit odlišnosti v názorech respondentů.

Ukázka rozhovoru č. 1

Mezi vybranými dotazovanými byla žena v letech 35 – 45 let. Nepocházela z České republiky, jednalo se o ženu původem ze Slovenské republiky z Bratislavského kraje. Důvodem jejího pobytu v Jihomoravském kraji byla pracovní cesta, účastnila se veletrhu v Brně. Plánovaná návštěva byla na jednu noc s přespáním v hotelu v blízkosti centra města Brna. Respondent uvedl, že v Jihomoravském kraji není poprvé, jezdí každý rok na veletrh uskutečňovaný v Brně. Navazující otázkou jsem se ptala, zda respondent navštěvuje i jiné atraktivity při pobytu v Jihomoravském kraji. Respondent uvedl, že často navštěvuje Festival otevřených sklepů pořádaný na Znojemsku a v rámci kulturního dědictví nenavštívil respondent žádnou kulturní památku. Během dotazování jsem také zjišťovala, zda mi

respondent vyjmenuje, alespoň jednu kulturní památku, která se nachází v Jihomoravském kraji. Dotazovaný si na žádnou kulturní památku nevzpomněl. Vypovídající schopnost o profilu Jihomoravského kraje má otázka: co si představíte pod pojmem Jihomoravský kraj? Respondent bez myšlenkovitě uvedl přírodu a vinice.

Ukázka rozhovoru č. 2

Mezi dotazovanými byl muž v letech 35 – 45 let. Jeho rodný městem byl Prostějov, který spadá do Olomouckého kraje. Důvodem návštěvy Jihomoravského kraje byla cykloturistika. V návaznosti na odpověď jsem se dotázala, co respondent říká na cyklostezky v Jihomoravském kraji. Odpověď byla zdlouhavá, ale cyklostezky hodnotil pozitivně. Z jeho odpovědi bylo patrné, že kraj v rámci cykloturistiky navštěvuje pravidelně již několik let, zmínil se i o nově vytvořených cyklostezkách, které přinesly zvýšení počtu návštěvníků. V rámci návštěvy kraje nezůstával respondent déle jak 1 den a kraj navštěvuje převážně v jarních a letních obdobích. Navazující otázkou jsem se ptala, zda respondent navštěvuje i jiné atraktivity při pobytu v Jihomoravském kraji. Respondent uvedl, že často navštěvuje Jihomoravský kraj z důvodu krátké dojezdové cesty, navštívil řadu kulturních, poznávacích míst s rodinou, které v následující otázce vyjmenoval. Při otázce co si představuje pod pojmem Jihomoravský kraj, byla odpověď zcela jasná, sport a víno. Sport přiblížil slovním vyjádřením rychlé motorky na okruhu.

Ukázka rozhovoru č. 3

Mezi dotazovanými byl muž v letech 25 – 34 let. Jeho rodný městem je Karviná, která spadá do Moravskoslezského kraje. Důvodem návštěvy Olomouckého kraje byla zimní dovolená, kterou každoročně tráví v lyžařském středisku Ramzová. Olomoucký kraj navštěvuje pravidelně minimálně 1x ročně z důvodu zimní dovolené. Délka návštěvy v rámci zimní dovolené bývá 6 nocí v penzionu v blízkosti areálu. Navazující otázkou jsem se ptala, zda respondent navštěvuje i jiné atraktivity při pobytu v Olomouckém kraji. Respondent uvedl, že do Olomouckého kraje jezdí pouze v zimních obdobích na lyžařské pobyty. Respondent při otázce: Co si představuje pod pojmem Olomoucký kraj, uvedl, zimní dovolená.

Ukázka rozhovoru č. 4

V rámci dotazování byla oslovena žena ve věku 46 let. Žije již 26 let ve Zlínském kraji, ale narodila se v Prostějově, tedy v Olomouckém kraji. Důvodem návštěvy byla rodinná oslava. Respondent uvedl, že Olomoucký kraj navštěvuje pravidelně minimálně 4x ročně. Do Olomouckého kraje přijíždí na jeden den bez přenocování. Olomoucký kraj navštěvuje vždy na vánoční svátky, rodinné významné oslavy a jiné příležitosti v rámci rodinné návštěvy. V rámci následující otázky jsem se ptala, zda při návštěvě rodinných příslušníků navštěvuje i jiné atraktivitu při pobytu v kraji. Respondent uvedl, že většinou nenavštíví žádnou jinou atraktivitu v kraji, ale jednou ročně přijíždí do olomoucké zoologické zahrady. Při otázce na kulturní památku Olomouckého kraje dotázaný uvedl zámek Tovačov. Poslední odpověď vystihovala Olomoucký kraj. Respondent uvedl, že po pojmem OK si představuje zvyky, tradice a olomoucké tvarůžky.

Vyhodnocení identifikačních údajů

V rámci výzkumu se účastnilo 20 respondentů. Z celkového počtu dotázaných jich 55 % bylo ženského pohlaví a 45 % mužského pohlaví. V Jihomoravském kraji 70% respondentů bylo ženského pohlaví a 30 % mužského pohlaví. V Olomouckém kraji v rámci dotazování převažovalo mužské pohlaví se 60 % a ženské pohlaví bylo zastoupeno 40 %.

Při analýze identifikačních údajů dle věku, byla nejpočetnější skupina ve věku 36 – 45 let v celkovém podílu 45 %. Respondenti ve věku 15-25 let byli zastoupeni v počtu 30 % a respondenti v rozmezí 46 a více let byly v počtu 15 %. S nejnižším podílem 10 % byla věková skupina ve věku 26 – 35 let. Při hodnocení dle kraje byla v Jihomoravském kraji nejpočetněji zastoupena skupina respondentů ve věku 36 – 45 let v celkovém podílu 60 %, 20 % respondentů bylo ve věku 15 – 25 let a zbylý počet 20 % respondentů bylo nad 50 let a více. Olomoucký kraj byl zastoupen z největší části skupinou ve věku 15 - 25 let s 40 %. Respondenti ve věku 36 – 45 let byli zastoupeni v celkovém počtu 30 %, dále skupina v rozmezí 26 – 35 byla zastoupena z 20 % a nejnižší počet respondentů dle věku byla v rozmezí 46 a více pouze s 10 % respondentů.

Při hodnocení dle národnosti a trvalého bydliště v rámci kraje uvedlo 10 % respondentů, že nepochází z České republiky, jejich národnost byla slovenská. Zbývajících část respondentů 90 % pocházela z České republiky. Rozložení respondentů dle kraje. Pochází převážná část 30 % z Moravskoslezského kraje, poté následovala skupina pocházející

z Olomouckého kraje 20 %, Jihomoravský a Zlínský kraj byl zastoupen z 15 % a nejnižší počet respondentů byl z Bratislavského kraje a hlavního města Praha s 10 %. Návštěvníci Jihomoravského kraje pocházejí převážně z Olomouckého kraje 50 %, 37,5 % pochází z Moravskoslezského kraje a zbývající část 12,5 % pochází z Prahy. Vybraní turisté, kteří navštívili Olomoucký kraj, pochází ze 40 % z Moravskoslezského kraje, 30 % z Jihomoravského a 30 % ze Zlínského kraje.

Návštěvnost Jihomoravského a Olomouckého kraje

První otázka měla odhalit důvody návštěvnosti JM a OL kraje. V rámci celkového hodnocení uvedlo 60 % respondentů dovolenou, která patřila mezi nejčastější důvody návštěvy. Poté následovala návštěva z důvodu pracovní cesty a rodinné návštěvy s 15 % a nejméně častým důvodem byla cykloturistika a wellness víkend s 5 %. 50 % turistů v Jihomoravském kraji udávalo důvod návštěvy dovolenou, v Olomouckém kraji byl stejný důvod zastoupen ze 70 %. Ostatní odpovědi se v rámci odpovědí značně lišily. 20 % respondentů bylo v JM kraji z důvodu pracovní cesty, jednalo se o návštěvu veletrhu v Brně a v Olomouckém kraji 10%. V JM kraji 10 % zmiňovalo důvod cykloturistiky a zbylých 20 % bylo na návštěvě u rodinných příslušníků. V rámci Olomouckého kraje bylo 10 % respondentů na wellness víkendu a 10 % na rodinné návštěvě.

V rámci zjišťování délky pobytu v Jihomoravském kraji a Olomouckém kraji, byla větší část 70 % v Jihomoravském kraji dvě noci, 10 % dotázaných nezůstalo v kraji ani jednu noc a 20 % respondentů zůstalo v Jihomoravském kraji na jednu noc. V Olomouckém kraji bylo 20 % respondentů na návštěvě pouze jeden den bez přenocování, 10 % v kraji zůstalo dvě noci, 40 % uvedlo, že kraj navštívilo na 4 noci a 30 % na 5 nocí.

Otázka č. 8 poukazuje v jakém ročním období, jsou navštěvovány zmíněné kraje. Jihomoravský kraj navštěvuje 10 % respondentů na podzim, většina uvedla návštěvu kraje v jarních a letních obdobích. V Olomouckém kraji se jedná o návštěvu převážně v zimních měsících s celkovým počtem 90 % návštěvníků. V rozhovoru bylo také zjišťováno, zda byl respondent v Jihomoravském a Olomouckém kraji poprvé. Všechny 100 % dotázaných navštívilo Jihomoravský a Olomoucký kraj více jak 1x a 80% dotázaných uvedlo, že navštěvují pravidelně kraje minimálně 2x ročně.

V průběhu rozhovoru byla zjišťována skutečnost, zda jsou respondenti schopni vyjmenovat kulturní památky v Jihomoravském kraji a Olomouckém kraji. V rámci otázky byla možnost více odpovědí. Tuto možnost zvolilo jen 30 % dotázaných, kteří uvedli více jak 2 kulturní památky. V rámci Jihomoravského kraje byla nejčastější odpověď Lednicko – Valtický areál s 60 %, dále většina dotázaných zmínila bojiště u Slavkova s 50 %. Mezi další odpovědi můžeme zahrnout dinopark Vyškov, které zmínilo 30% dotázaných. Dva respondenti si v momentální chvíli nevybavili žádnou kulturní památku. Při otázce kulturních památek v rámci Olomouckého kraje, nikdo nevyužil možnost více odpovědí. 20 % dotázaných uvedli zámek nebo hrad jako kulturní památku kraje, 40 % dotázaných si nevzpomnělo na žádnou významnou kulturní nebo historickou památku. 20 % respondentů uvedlo olomoucké tvarůžky a zbylých 20 % dotázaných zmínilo zoologickou zahradu v Olomouci.

Velmi důležitou roli v hodnocení Jihomoravského a Olomouckého kraje byla otázka týkající se pojmu Jihomoravského a Olomouckého kraje. Otázka zní: Co si představíte pod pojmem Jihomoravský/Olomoucký kraj. Je velice zajímavé, že celých 100 % dotázaných v rámci Jihomoravského kraje uvedli slovní spojení se slovem víno, ať už se jednalo o vinné sklepy, vinice, ráj vína a jiné obdobné spojení. Je evidentní, že Jihomoravský kraj je u návštěvníků znám především svojí produkcí vína. 30% dotázaných si pod pojmem Jihomoravský kraj představí motocyklové závody, jednalo se o respondenty mužského pohlaví. U návštěvníků Olomouckého kraje byla nejčastější odpověď zahrnující hory, zimní dovolená, odpočinek a častá odpověď zahrnovala i olomoucké tvarůžky.

5. Závěrečná shrnutí výzkumu, návrhy a doporučení

5.1. Program rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji

Program rozvoje cestovního ruchu obsahoval pilíře rozvoje:

1. Delší pobyty domácích i zahraničních turistů
2. Kvalitní a různorodá nabídka
3. Efektivní řízení a marketing na krajské a regionální úrovni
4. Využívané a zachované přírodní a kulturní hodnoty

V rámci prvního pilíře byl považován takový projekt, který vedl k návštěvě určitého místa, ať se to jednalo o sportovní, kulturní nebo poznávací turistiku. Celá 1/3 projektů v rámci programu rozvoje cestovního ruchu se zaměřovala na pilíř číslo jedna. Druhý pilíř obsahoval projekty, které napomohly ke zkvalitnění služeb a infrastruktury. Plnění prvního a druhého pilíře vize odpovídá plnění prvních dvou priorit Programu rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji. Za velmi dobré lze považovat naplnění první a druhé vize pilíře. Oproti tomu třetí vize efektivní řízení a marketing lze považovat za nedostatečné. Pouze 13 projektů se věnovalo této vizi. Plánovaných projektů v rámci čtvrté vize bylo celkem 30, ale z toho větší část nebyla vůbec realizována. Z tohoto důvodu naplnění čtvrté vize je lepší než vize třetí, ale zdaleka se nepřibližuje naplnění prvních dvou vizí.

Při 64 % procentní úspěšnosti realizací plánovaných projektů lze konstatovat, že větší část projektů byla zrealizovaná. Nejedná se o realizaci všech plánovaných projektů. Velmi častými důvody, které zapříčinily důvody nerealizace, se stala špatná administrativní práce, která je důležitým podkladem pro získání finanční částky k realizaci projektů. Dalším důvodem je špatná technická připravenost, která zpomalí nebo úplně zastaví realizaci projektů. Z tohoto důvodu je důležité, aby se přípravné fázi přikládala větší důležitost a pečlivost, která napomůže k dosažení větší úspěšnosti realizací projektů. Celkové finanční náklady dosáhly téměř 4,7 mld. Kč, z toho je více než 2,8 mld. Kč již proplaceno. Je zajímavé, že projekty spadající do skupiny č. 1 tvoří 89 % z celkových nákladů.

Z průzkumu je patrné, že Jihomoravský kraj je lákadlem spíše v jarních i letních obdobích, což prokázal i náš výzkum, kde pouze 10 % dotázaných uvedlo, že Jihomoravský kraj navštěvuje i v zimním období. Nejčastějším lákadlem pro návštěvníky bývá poznávací turistika spojená s ochutnávkou vín. Z tohoto důvodu je důležité se zaměřit na rozšíření

nabídky turisticky atraktivních míst v zimním období. V této oblasti je potenciál Jihomoravského kraje z velké části nenaplněn a skýtá se tu řada možností.

Program rozvoje cestovního ruchu v Jihomoravském kraji můžeme pozitivně zhodnotit. Za období 2007-2013 byla vytvořena síť cyklostezek a cyklotras, byla obnovena řada památek, které se mohou stát zajímavou nabídkou pro potencionální návštěvníky kraje. Vytvořily se nová wellness centra, která se stávají oblibou nejen zahraničních, ale i domácích turistů. Rozšířila se nabídka golfových hřišť a s tím spojené atraktivní programy, dále se vytvořila ubytovací zařízení, zlepšila se infrastruktura a vytvořila se řada zajímavých aktivit v rámci Jihomoravského kraje.

5. 2. Program rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji

I zmíněný program v Olomouckém kraji obsahoval jeden hlavní neboli globální cíl a jeho specifické dílčí cíle. V oblasti naplnění jednotlivých dílčích cílů, můžeme říci, že druhý dílčí cíl, je zcela naplněn. Počet turistů se od roku 2010 neustále zvyšuje. V roce 2013 se zvýšil počet hostů o neuvěřitelných cca 36 tis. návštěvníků oproti roku 2012. Oproti tomu první dílčí cíl zvýšení četnosti pobytu turistů má od roku 2009 klesající charakter, jedná se o zkrácení pobytu návštěvníků v jednotlivých letech.

Lze tedy konstatovat, že zrealizované projekty jsou přínosem pro cestovní ruch v Olomouckém kraji, ale je alarmující procentní úspěšnost při realizaci. Důvody i u programu v OK jsou srovnatelné s překážkami realizace v JMK.

Při hodnocení globálního cíle Programu rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji v ohledu na využívání kulturního a přírodního potenciálu, jsou výsledky značně podprůměrné. Počet kulturních památek zpřístupněných návštěvníkům za vstupné je v kraji pouze 11, což je ve srovnání s Jihomoravským krajem poměrně málo. Olomoucký kraj má pouze jednu památku zapsanou v seznamu Světového dědictví UNESCO, oproti tomu v Jihomoravském kraji jich je celkem 6. Mezi přednosti Olomouckého kraje patří počet kulturních a historických památek, které jsou ale často ve špatném stavu, takže nejsou přístupny veřejnosti.

Velice zajímavé jsou poukázané výsledky v rámci marketingu v Olomouckém kraji. Velice zajímavý tahem v oblasti marketingu se stalo mobilní centrum InfoBus Olomouckého kraje, který se stal oceněný i za nejlepší kampaň v cestovním ruchu. InfoBus projel za 3 roky 65 míst v ČR, Slovensku a Polsku a prostřednictvím zastávek se snažil přilákat řady zájemců do OK.

5.3. Cestovní ruch

Při porovnání krajů s ohledem na výdaje a příjmy z oblasti cestovního ruchu. Je evidentní, že Jihomoravský kraj převyšuje Olomoucký kraj téměř jedenkrát jak v oblasti celkových výdajů tak i přínosů. Při bližším pohledu na výdaje Jihomoravského kraje jsou 261 tis. Kč a u Olomouckého kraje se jedná o částku 154 tis. Kč. V rámci přínosu zaujímá Jihomoravský kraj 3. celkové místo ze všech krajů v ČR. Oproti tomu Olomoucký kraj se nachází v dolní polovině tabulky.

Při hodnocení cestovního ruchu Jihomoravského a Olomouckého kraje jsou značné rozdíly. Mezi hlavní atraktivity nabízející Jihomoravský kraj v oblasti cestovního ruchu je dominantním prvkem veletržní a kongresová turistika, zážitková turistika zahrnující vinařství a folklor. Důležitá je také aktivní turistika zahrnující cykloturistiku a golf, zmíněné druhy cestovního ruchu se v Olomouckém kraji nevyskytují v hlavní produktové nabídce, která zahrnuje v Olomouckém kraji především lázeňství, dále aktivní turistiku, která zde není charakterizována především cykloturistikou a golfem, ale řadou lyžařských středisek, které jsou hlavním lákadlem v OK.

Při srovnání JMK a OK v rámci průměrné doby pobytu v lepší situaci Olomoucký kraj. Průměrná doba pobytu v Olomouckém kraji je 4,3 dne, oproti tomu v JM kraji je délka pobytu návštěvníků pouze okolo 3 dnů. V předchozích letech se průměrná délka pobytu pohybovala okolo 5 dnů. Důvodem delšího pobytu v OK je především lázeňství, které je v OK druhé nejvyšší s počtem zařízení zabývajících se lázeňstvím po Karlovarském kraji.

Při detailním pohledu na počet hostů v krajích, lze jednotně říci, že nejmenší počet návštěvníků za posledních 7 let, bych v letech 2009 a 2010. Poté následoval opět vzrůstající zájem o cestovní ruch v krajích i v rámci celé České Republiky. Při srovnání je evidentní, že Jihomoravský kraj má téměř 3x větší návštěvnost než OK. Návštěvnost v JMK se pohybuje okolo 1,1 mil. turistů oproti tomu návštěvnost OK je okolo 440 tis. turistů. V rámci Olomouckého kraje je důležité si uvědomit, že dominantním turistickým regionem, který každoročně přiláká řadu turistů, je turistický region Jeseníky. Stal se hnacím odvětvím ekonomiky OK. V kraji se rozrůstá počet sportovních areálů. Je důležité, aby se projekty zaměřovaly na jedinečnost tohoto území s čistým vzduchem a ojedinělými podmínkami pro lázeňství. Mezi chybějící články v turistickém regionu je rozvinutá infrastruktura. V kraji je nízká dopravní obslužnost a nízký počet cyklostezek, které jsou v posledních letech hlavní

turistické oblasti. Oproti tomu turistický region Střední Morava neoblívá řadou zajímavých atrakcí. Mezi zajímavé místa k návštěvě patří historické město Olomouc. Bohužel můžeme říci, že pouze kulturní dědictví není stěžejním lákadlem pro turisty. Turisti rádi navštěvují zábavné parky, oblasti s určitou tématikou a opravdu můžeme dneska říci, že cyklostezky a obdobné formy podporující sport, přilákají řadu turistů do regionu.

Při pohledu na potenciál krajů můžeme říci, že Jihomoravský kraj má silnou stránku v oblasti vinařství, které je jedním z hlavních důvodů návštěvy kraje, dále důležitá je rozvinutá infrastruktura pro cykloturistiku. Častými důvody návštěvy Jihomoravského kraje je pracovní cesta, je to způsobeno tím, že v Brně se pořádá řada kongresových a veletržních akcí. Jihomoravský kraj je známý svými tradicemi, zvyky a tanci. Je důležité, aby Jihomoravský kraj dále zlepšoval úroveň zmíněných oblastí cestovního ruchu, ale podporoval i vznik nových programů na rozvoj cestovního ruchu v zimních obdobích, kde cestovní ruch má značné rezervy. Oproti tomu Olomoucký kraj má dlouholetou tradici v lázeňství, které každoročně přiláká řadu turistů, bohužel v dnešní době toto odvětví nepodporuje dobře rozvinutá infrastruktura. Mezi silnou stránku OK můžeme řadit vysoký podíl sportovních zařízení, přes známé tenisové kurty v Prostějově a Přerově, také řadu lyžařských středisek, s upravenými stopami k běžeckému lyžování a sjezdovému lyžování. Při porovnání krajů má OK výhodu v rovnoměrnějším rozložení počtu návštěvníků, při návštěvě JM jsou značné rozdíly. Mezi opravdu slabou stránku Olomouckého kraje vidíme v nízké propagaci kulturních a historických památek. Neznalost o památkách mi potvrdil i výzkum mezi návštěvníky kraje, kde celých 40 % si nevzpomnělo na žádnou památku.

6. Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjištění naplněný plánu Programu rozvoje cestovního ruchu na léta 2007 – 2013 v Jihomoravském kraji. Závěry ohledně rozvoje cestovního ruchu byly potvrzeny prostřednictvím rozhovoru s návštěvníky Jihomoravského a Olomouckého kraje.

Cestovní ruch za posledních 20 let v České republice prošel velkým vývojem. V roce 2008 zasáhla světová finanční krize, která udeřila do všech oblastí hospodářství a to nejen do ČR. Při analýze současného cestovního ruchu, byly zjištěny pozitivní výsledky. Cestovní ruch v České republice za rok 2013 dosahoval téměř 14 mil. hranice návštěvnosti. I návštěvnost v krajích se od roku 2009 zvyšuje. Je důležité, aby stát, kraje, obce i různé sdružení a spolky podporovaly rozvoj cestovního ruchu. CR má důležitý vliv na zaměstnanost, tvorbu nových pracovních míst, koloběh finančních prostředků, příjmy do státních rozpočtů, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek a rozšíření investic infrastruktury.

Česká republika je významná destinace založená především na přírodních atraktivitách, rozmanité kultuře, s historickými a kulturními památkami. Jihomoravský i Olomoucký kraj mají své specifické formy cestovního ruchu. Kraje nabízejí různé formy cestovního ruchu od městského, kongresového, kulturně poznávacího, sportovního, přes venkovský až po lázeňský. Je důležité si uvědomit, že kraje nevystupují jako homogenní celek, ale jsou značně heterogenní, nejen svoji velikostí, počtem obyvatel, ale hlavně svými přírodními, kulturními a historickými památkami. JM a O kraj mají své výhody a nevýhody nejen v oblasti cestovního ruchu, proto je důležité zvolit vhodnou strategii k rozvoji cestovního ruchu.

Tato práce potvrdila, že Olomoucký i Jihomoravský kraj mají obrovský potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Jihomoravský kraj je jedním z nejnavštěvovanějších krajů v rámci ČR, ale i v tomto případě má značný potenciál k růstu návštěvnosti. JM kraj je především znám vinařskou oblastí, která je v tomto kraji na vysoké úrovni. Negativním rysem cestovního ruchu v Jihomoravském kraji je sezónnost. Kraj je využíván z největší části v jarních a letních měsících, z důvodu pořádání slavností spojených s ochutnávkou vín. Tento negativní jev je do značné míry způsoben nevyužitým potenciálem kraje na zimní sporty. Oproti tomu Olomoucký kraj má značné rezervy v oblasti rozvoje cestovního ruchu. Ze získaných informací vyplývá, že kraj má potenciál na rozvoj dané oblasti. Disponuje kulturními, historickými a přírodními zdroji, které jsou základním předpokladem pro rozvoj cestovního

ruchu. Dobré výchozí postavení zaujímá kraj v oblasti lázeňství a wellness. Tento potenciál Olomouckého kraje v současnosti není plnohodnotným způsobem využíván, je to způsobeno nedostatečně rozvinutou infrastrukturou, proto je důležité, aby v kraji vznikaly, atraktivní místa pro různé cílové skupiny, jedná se o výstavbu zábavných parků, cyklostezek, výstavba rozhledny a jiné zajímavé místa k návštěvě kraje.

V rámci PR CR 2007 – 2013 jak u OK tak i u JMK byla značná část projektů nenaplněna. Překážky k realizaci lze spatřovat v nedostatečných finančních prostředcích, špatné dokumentaci. Při pohledu na nezrealizované projekty, můžeme říci, že kraje mají dostatečný potenciál k rozvoji cestovního ruchu.

Doufejme, že cestovní ruch v krajích i v České republice bude mít nadále rostoucí charakter, jako tomu bylo do současné doby. Poskytovatelé služeb cestovního ruchu budou mít ale nelehký úkol, uspokojit zvyšující se nároky turistů, zejména v kvalitě poskytovaných služeb. Proto bude na tomto úkolu nutná součinnost i ze strany veřejné správy a ostatních odvětví, které s cestovním ruchem souvisejí.

Vypracováním diplomové práce jsem získala mnoho nových poznatků v rámci oboru cestovního ruchu. Doufám, že zjištěné výsledky budou přínosem pro další zpracování.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knihy

- [1] RYGLOVÁ, K.; BURIAN, M.; VAJČNEROVÁ, I.; *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. 216 s. ISBN 80 -247-7059-8.
- [2] KOTÍKOVÁ, H.; *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 208 s. ISBN 80-247-4603-4
- [3] GILLIN, P.; GILLIN, D.; *The joy of geocaching: How to Find Health, Happiness and Creative Energy Through a Worldwide Treasure Hunt*. Linden Publishing, 2010. 224 s. ISBN 1610351061
- [4] SEIFERTOVÁ, Věra a kolektiv; *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada, 2013. 207 s. ISBN 978-80-2474-8078.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar; *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [6] TITTELBACHOVÁ, Šárka; *Turismus a veřejná správa*. 1. vyd. Praha Grada, 2011. 200s. ISBN: 978-80-2477-0857.
- [7] HESKOVÁ, Marie a kolektiv; *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [8] NEJDL, Karel; *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8. 2.
- [9] INDROVÁ, Jarmila a kolektiv; *Cestovní ruch (základy)*. 1. vyd. Praha: Oeconomica 2007. 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.
- [10] PETRŮ, Zdenka; *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea servis, 2007. 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [11] PETŘÍČKOVÁ, L., P. STUDNIČKA a M. VRCHOTOVÁ; *Organizace cestovního ruchu v krajích a v turistických regionech České republiky*. Praha: CzechTourism, 2012. ISBN 978-80-87560-01-3
- [12] PALATKOVÁ, Monik; *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 341 s. ISBN 80-247-1014-5.
- [13] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER a kolektiv; *Geografie cestovního ruchu ČR*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7

- [14] MALACH, Antonín; *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2004. 528 s. ISBN 978-80-2476-384-2.
- [15] PALÁTKOVÁ, M a Jitka ZICHOVÁ; *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha: Grada, 2011. 208 s.. ISBN: 978-80-2477-430-5.
- [16] PROVAZNÍKOVÁ, Romana; *Financování měst, obcí a regionů*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 304 s. ISBN 978-80-2472-789-9.
- [17] MALINOVSKÝ, J., SUCHÁČEK, J; *Velký anglicko-česká slovník regionálního rozvoje a regionální politiky EU*, Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2006. ISBN 80-248-117-0.
- [18] VAŠKO, Martin; *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. ISBN 80-245-0445-6. 77
- [19] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER a kolektiv; *Geografie cestovního ruchu ČR*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.
- [20] KOZEL, Roman a kolektiv; *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006. 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [21] RUMPEL, Petr; *Teritoriální marketing jako koncept územního rozvoje*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2002. ISBN 80-7042-830-9.
- [22] PÁSKOVÁ, M.; ZELENKA, J.; *Cestovní ruch Výkladový slovník*. 2. vyd. Linde. 2012. ISBN 978-80-7201-880-2
- [23] ZAHRADNÍK, P.; *Vstup do Evropské Unie: přínosy a náklady konvergence*. Nakladatelství C H Beck. 2003. 364 s. ISBN 978-80-7179-472-1.
- [24] KOCIANOVÁ, R.; *Personální činnosti a metody personální práce*. Praha: Grada. 2010. 215 s. ISBN: 978-80-2472-497-3
- [25] REICHEL, J.; *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada. 2009. 192 s. ISBN: 978-80-2476-935-6.

Internetové zdroje

Internetové články

- [26] SINDELÁŘ, Jan Kongresová a firemní turistika se loni vyšplhala na rekord. [online]. 4.3.2013 [cit. 2013-03-07]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/kongresova-a-firemni-turistika-se-loni-vysplhala-na-rekord>
- [27] MAREK, Ivan a kol., STRUNA, Dušan a kol.; Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011-2013. [online]. [cit. 2013-03]. Dostupné z:

<http://www.kr-olomoucky.cz/program-rozvoje-cestovniho-ruchu-ok-2011-2013-vyhled-2016-cl-727.html>

[28] Program rozvoje cestovního ruchu Jihomoravského kraje pro roky 2007-2013. [online] [cit. 2007-05]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=20610&TypeID=2>

[29] Volunturismus – dobrovolnická turistika [online] [cit. 2008-04-21]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/volunturismus-dobrovolnicka-turistika/>

[30] Příjmy z cestovního ruchu vzrostly o 2,1 miliardy. [online] 8.3.2013.[cit. 2008-04-21]. Dostupné z: <http://www.CzechTourism.cz/media/tiskove-zpravy/prijmy-z-cestovniho-ruchu-vzrostly-o-21-miliard.html>

[31] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013 [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/fe9ed7fd-a7b8-43f3-95ae-e0adbbbbc0e5/III-_Koncepce_7-11-07.pdf

[32] Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013 [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2013-04-02]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/fe9ed7fd-a7b8-43f3-95ae-e0adbbbbc0e5/III-_Koncepce_7-11-07.pdf

[33] Cestovní ruch v regionech [online]. Ostrava: Enterprise plc, s. r. o., 2003 [cit. 2013-02-01]. Dostupné z: http://www.CzechTourism.cz/files/regiony/rozvoj/cestovni_ruch.pdf

[34] Diaspora tourism – cestování do bývalé domoviny [online].[cit. 2008-07-19]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/diaspora-tourism-cestovani-do-byvale-domoviny/>

[35] Asketická dovolená [online].[cit. 2008-07-3]. Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/asketicka-dovolena/>

www stránky

[36] Aktuální zprávy. Monitoring.CzechTourism [online]. Ipsos, CzechTourism, 2010 [cit. 2013-03-02]. Dostupné z: <http://monitoring.CzechTourism.cz/CzechTourism/zpravy.html>

[37] Cestovní ruch - časové řady. Český statistický úřad [online]. Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-02]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr

[38] Business info [online]. 1997-2014 [cit. 2012-05-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zadost-dotace-program-cestovni-ruch-8494.html>

[37] Olomoucký kraj. Cestovní ruch [online]. Dostupné z: <http://www.kr-olomoucky.cz/cestovni-ruch-cl-1.html>

[38] Jihomoravský kraj. Cestovní ruch [online]. Dostupné z: <http://www.krjihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=39410&TypeID=12>.

[39] Český statistický úřad. Jihomoravský kraj [online]. 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/home>

[40] Český statistický úřad. Olomoucký kraj [online]. 2014 [cit. 2014-04-09]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/home>

[41] Regionální informační servis. Olomoucký kraj [online]. 2014. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/olomoucky-kraj>

[42] Regionální informační servis. Jihomoravský kraj [online]. 2014. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj>

[43] Czech Tourism 20 let s Vámi. [online]. 2005-2014. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/6-zakladni-data-a-fakta-o-cestovnim-ruchu-v-cr/>

[44] Czech Tourism [online]. 2005-2013. Dostupné z: www.czechtourism.cz

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Logo Jihomoravského kraje

Obr. č. 2: Logo Olomouckého kraje

Obr. č. 3: Turistické regiony v ČR

Obr. č. 4: Turistický region Jižní Morava

Obr. č. 5: Turistický region Střední Morava a Jeseník

Seznam tabulek

Tab. č. 3.1: Věková struktura obyvatelstva 2008 – 2012

Tab. č. 3.2: Zaměstnanost/nezaměstnanost v letech 2008-2012

Tab. č. 3.3: Počet obyvatel v letech 2008-2012

Tab. č. 3.4: Sektorová zaměstnanost 2008-2012

Tab. č. 4. 1: Finanční náklady projektů v Kč

Tab. č. 1: Vývoj návštěvnosti v Jihomoravském a Olomouckém kraji 2006 -2013

Tab. č. 2: Počet návštěvníků v Jihomoravském a Olomouckém kraji 2011-2013

Seznam grafů

Graf č. 4.1: Hodnocení realizací projektů

Graf.č. 4.2: Realizace projektu skupiny 1 dle oblastí podpory

Graf č. 4.4: Hodnocení realizací projektů dle realizátora

Graf č.: 4.5: Hodnocení projektů dle oblasti podpory

Graf č. 1: Příjezdový cestovní ruch v JM kraji

Graf č. 2: Realizace projektů JMK dle priorit skupiny č. 1

Graf č. 3: Hodnocení realizací projektů OK

Graf č. 4: Hodnocení projektů OK dle realizátora

Graf č. 5: Počet projektů OK skupiny č.2

Graf č. 6: Realizace projektů OK dle priorit skupiny č. 2

Graf č. 7: Respondenti dle pohlaví

Graf č. 8: Respondenti dle věku

Graf č. 9 : Respondenti dle kraje

Graf č. 10: Důvod návštěvy JM a O kraje

Graf č. 11: Délka pobytu v JM a O kraji

Graf č. 12: Návštěvnost krajů dle období

Graf č. 13: Památky v Jihomoravském kraji

Graf č. 14: Památky v Olomouckém kraji

SEZNAM ZKRATEK

PR – Program rozvoje

JM K – Jihomoravský kraj

OK – Olomoucký kraj

EU – Evropská unie

WTO - World Tourist Organization

AIENT - international Association of Scientific Experts in Tourism

CCRJM – Centrála cestovního ruchu Jižní Morava

ČR – Česká Republika

č. – číslo

obr. – obrázek

tab. - tabulka

str. - strana

aj. – a jiné

atd. – a tak dále

apod. – a podobně

tzv. - takzvaná

resp. - respektive

např. – například

km² - kilometr čtverečný

tis. – tisíc

mil. – milion

Kč – korun českých

h. - hodin

min. – minimálně

max. - maximálně

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 28.4.2014


jméno a příjmení

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Vymezení turistických regionů

Příloha č. 2: Příjezdový cestovní ruch v Jihomoravském a Olomouckém kraji

Příloha č. 3: Program rozvoje cestovního ruchu

Příloha č. 4: Polostrukturovaný rozhovor

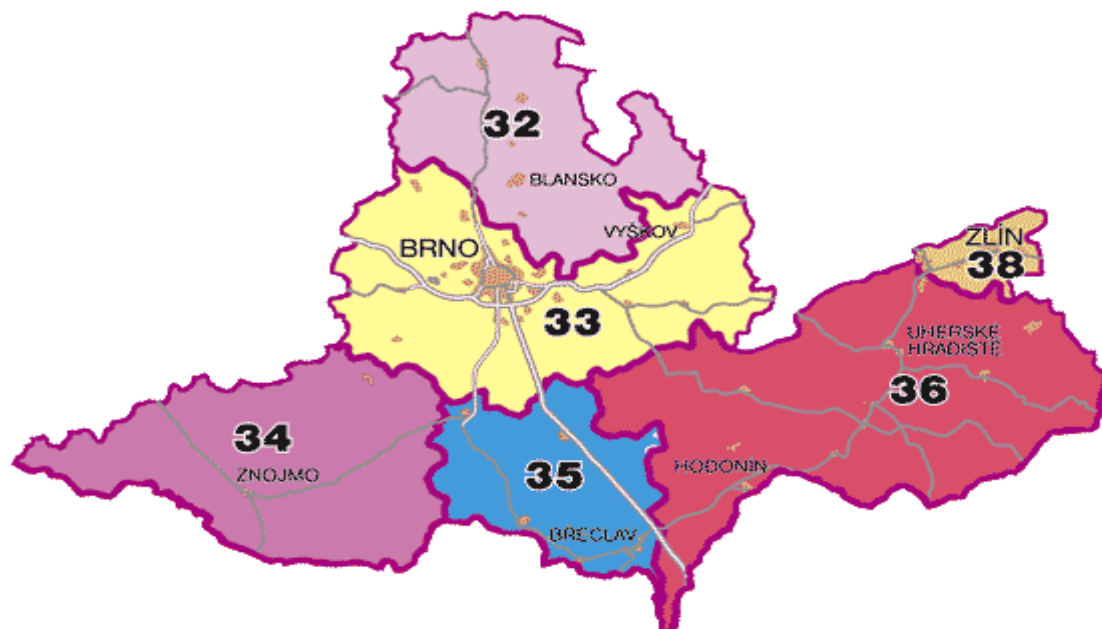
Příloha č. 5: Vyhodnocení výzkumu

Příloha č. 1: Vymezení turistických regionů

Obr. č. 1: Turistické regiony v ČR



Obr. č. 2: Turistický region Jižní Morava



Obr. č. 3: Turistický region Střední Morava a Jeseník



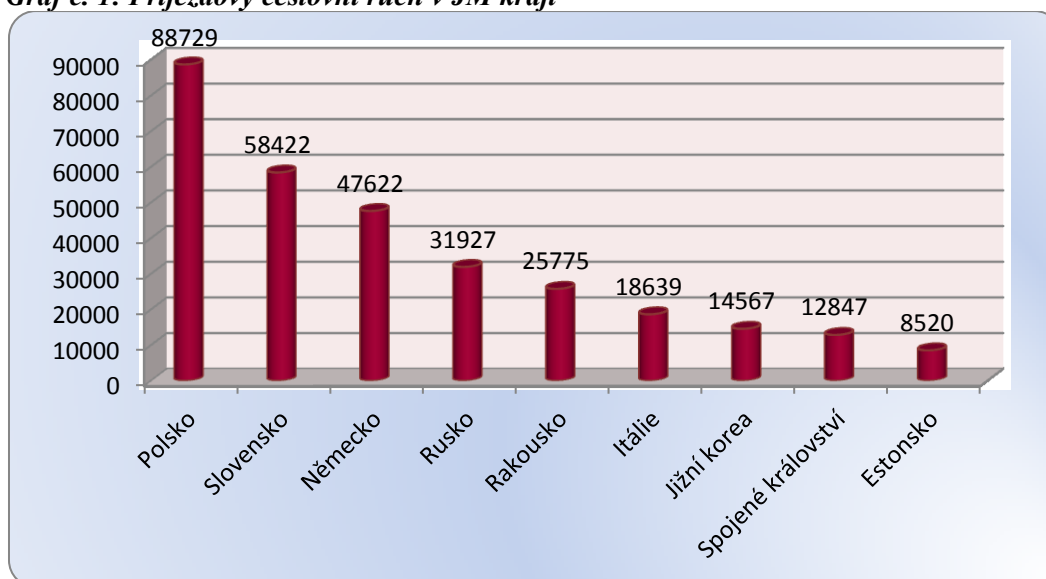
Příloha č. 2: Příjezdový cestovní ruch v Jihomoravském a Olomouckém kraji

Tab. č. 1: Vývoj návštěvnosti v Jihomoravském a Olomouckém kraji 2006 -2013

	Počet hostů		Rezidenti		Nerezidenti		Počet přenocování		Průměrná doba pobytu	
	JK	OK	JK	OK	JK	OK	JK	OK	JK	OK
2006	1 069 258	430 839	672 019	332 966	397 239	97 873	2 342 743	1 743 593	3,2	5,0
2007	1 178 114	434 960	745 796	341 673	432 318	93 287	2 353 525	1 687 885	3,0	4,9
2008	1 185 770	426 604	734 382	329 862	451 388	96 742	2 299 763	1 541 368	2,9	4,6
2009	1 041 492	377 200	693 416	295 423	348 076	81 777	2 063 247	1 443 050	3,0	4,8
2010	1 042 070	377 748	662 396	288 931	379 674	88 817	2 034 734	1 416 140	3,0	4,7
2011	1 115 349	397 279	692 575	311 382	422 774	85 897	2 186 165	1 482 246	3,0	4,7
2012	1 107 312	405 334	701 791	313 611	405 521	91 723	2 174 688	1 403 751	3,0	4,5
2013	1 178 724	441 417	740 232	345 031	438 492	96 386	2 318 768	1 439 753	3,0	4,3

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 1: Příjezdový cestovní ruch v JM kraji



Zdroj: Vlastní zpracování

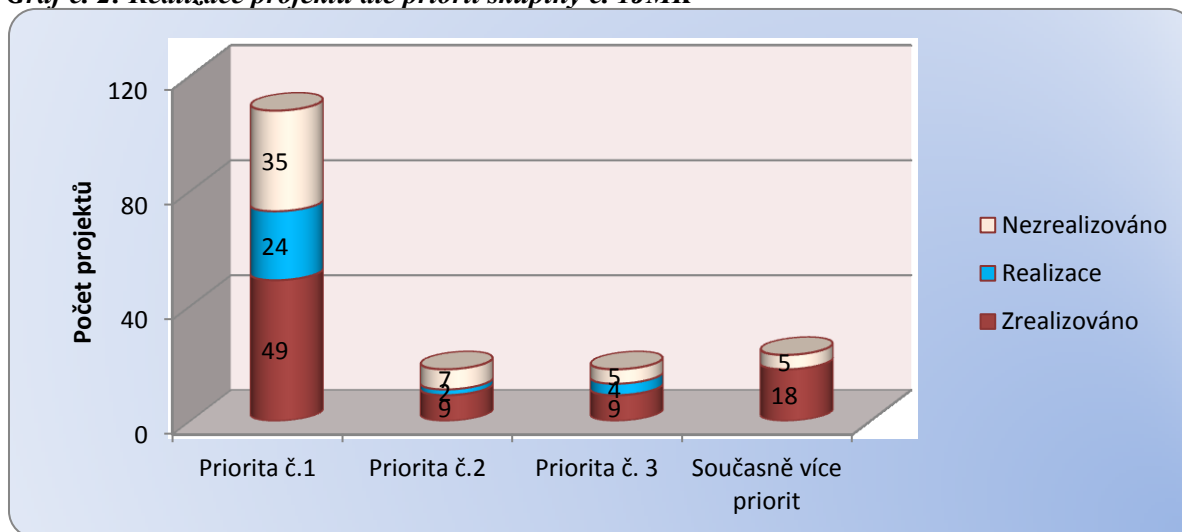
Tab. č. 2: Počet návštěvníků v Jihomoravském a Olomouckém kraji 2011-2013

rok/měsíc	2011		2012		2013	
	JK	OK	JK	OK	JK	OK
Leden	48 620	29 196	49 969	30 007	47 337	30 782
Únor	48 779	32 127	49 944	32 657	48 163	33 860
Březen	63 660	28 851	71 013	29 688	63 534	31 751
Duben	77 933	29 599	83 848	28 667	82 539	30 445
Květen	106 440	37 859	102 049	37 439	112 601	40 150
Červen	117 814	43 202	112 592	40 307	117 793	42 203
Červenec	159 562	42 544	147 459	43 881	175 363	48 931
Srpen	160 256	43 609	156 939	44 032	183 965	51 002
Září	116 097	35 670	125 778	39 088	119 233	41 034
Říjen	93 231	30 436	83 308	31 133	95 658	37 910
Listopad	71 750	22 600	69 392	25 827	77 609	29 838
Prosinec	51 207	21 586	47 060	22 608	54 929	23 511

Zdroj: Vlastní zpracování

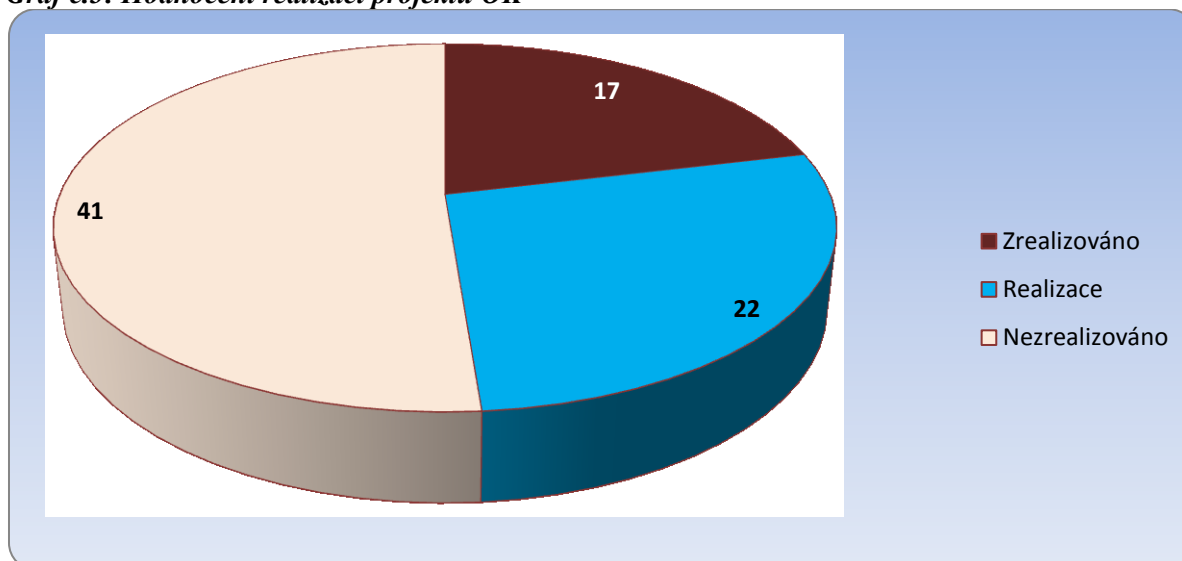
Příloha č. 3: Vyhodnocení Programu rozvoje cestovní ruchu

Graf č. 2: Realizace projektů dle priorit skupiny č. 1JMK



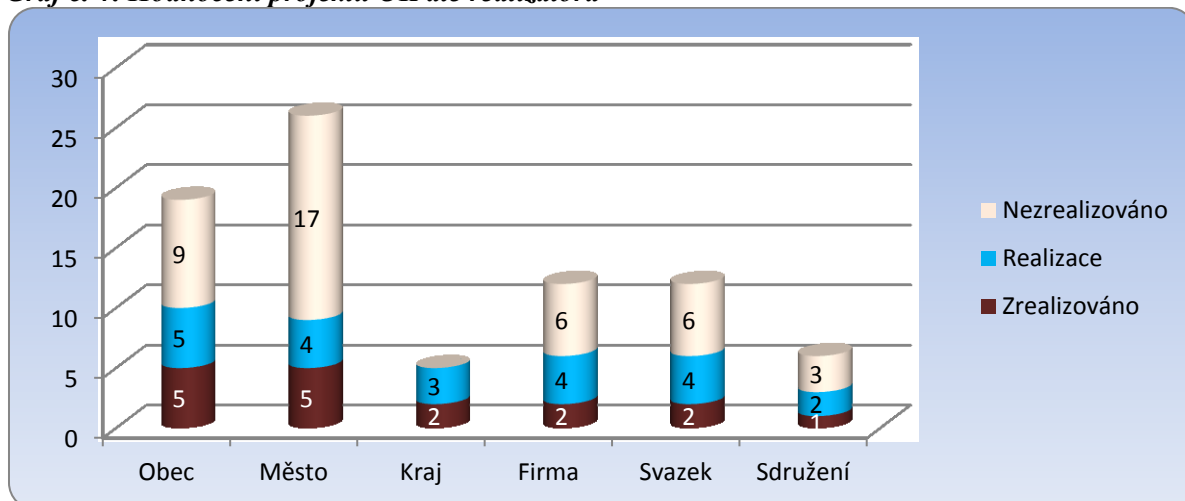
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č.3: Hodnocení realizací projektů OK



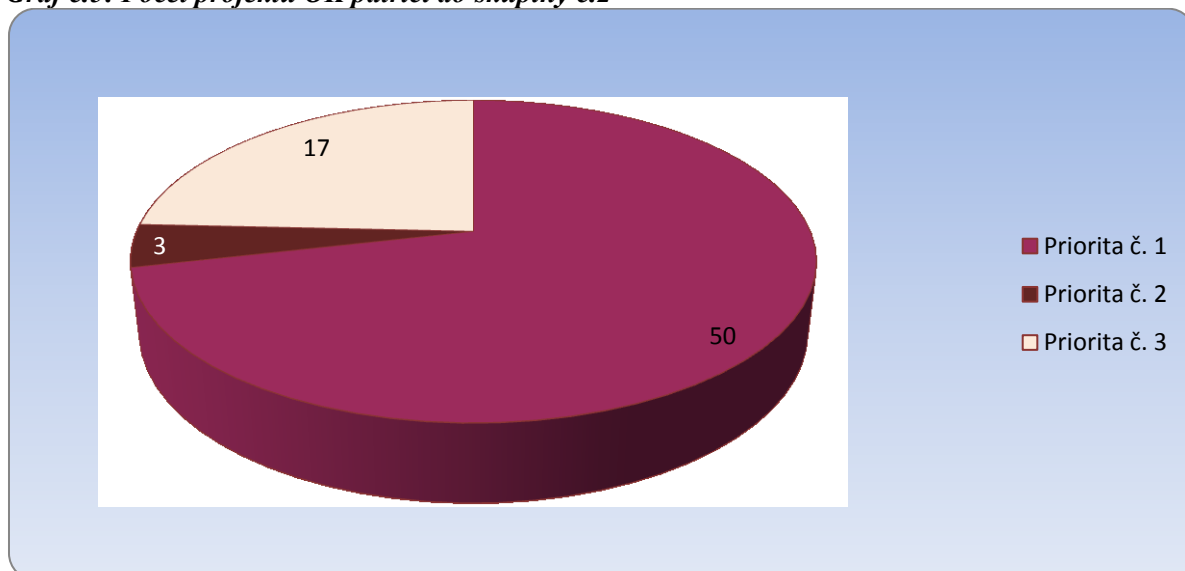
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4: Hodnocení projektů OK dle realizátora



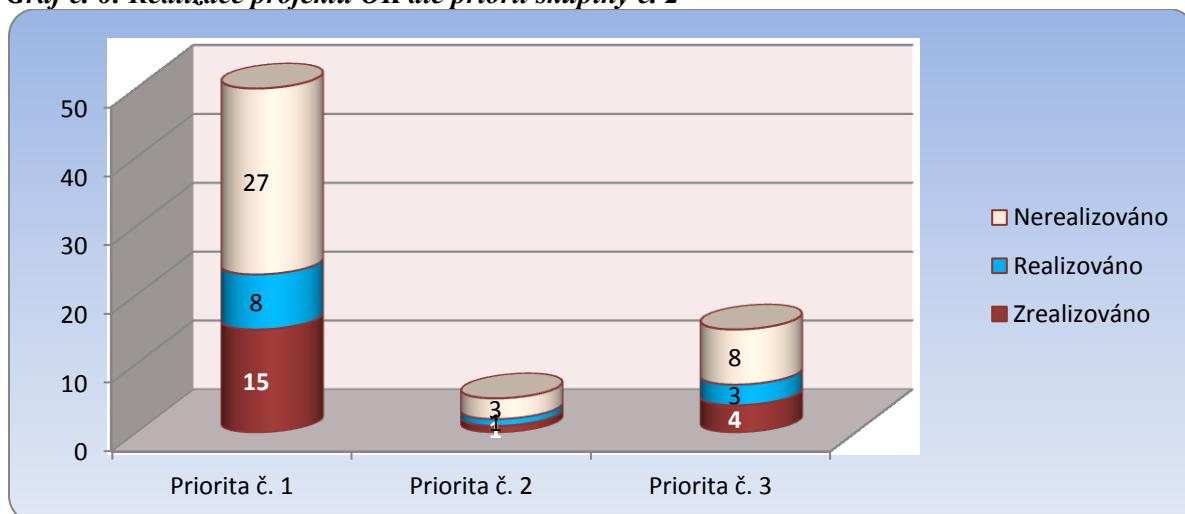
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č.5: Počet projektů OK patřící do skupiny č.2



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 6: Realizace projektů OK dle priorit skupiny č. 2



Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 4: Polostrukturovaný rozhovor

Úvod k rozhovoru

Dobrý den,

jsem studentkou 5. ročníku regionálního rozvoje na Vysoké škole báňské Technické univerzitě v Ostravě a provádím zde výzkum v rámci své diplomové práce na téma cestovní ruch v Jihomoravském/Olomouckém kraji. Ve své práci bych chtěla zhodnotit důvody návštěvy Jihomoravského/Olomouckého kraje.

Z těchto důvodů si Vás dovoluji požádat o Vaši spolupráci, která spočívá v odpovědích na mé otázky. Budu vám klást otázky, které si budu zaznamenávat do záznamového archu.

Výzkum v rámci diplomové práce je zcela anonymní a získané výsledky poslouží jako podklad pro praktickou část.

Děkuji Vám za Váš čas a spolupráci.

Otázky v rozhovoru

Identifikační otázky

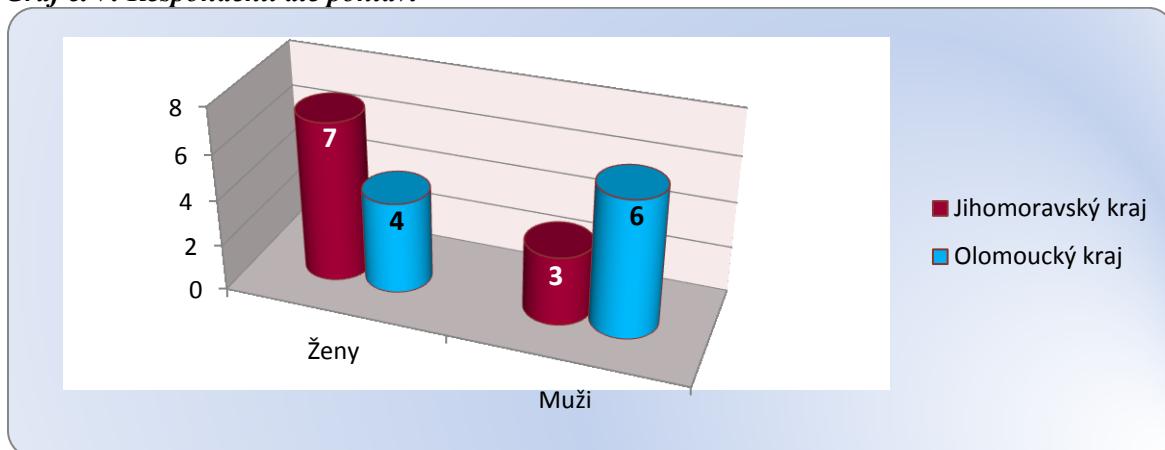
1. Z jakého státu pocházíte?
2. V kterém kraji žijete?
3. Věková kategorie?

Hlavní otázky týkající se Jihomoravského a Olomouckého kraje

4. Důvod Vaší návštěvy Jihomoravského/Olomouckého kraje?
5. Jak dlouhý je Váš pobyt?
6. Jste v Jihomoravském/Olomouckém kraji poprvé?
7. Jezdíte do Jihomoravského/Olomouckého kraje pravidelně?
8. Do Jihomoravského/Olomouckého kraje jezdíte v které ročním období?
9. Jaké atraktivita JM/OL kraje navštěvujete nebo jste navštívili?
10. Znáte nějaké kulturní památky v Jihomoravském/Olomouckém kraji?
10. Co si představíte pod pojmem Jihomoravský/Olomouckém kraj?

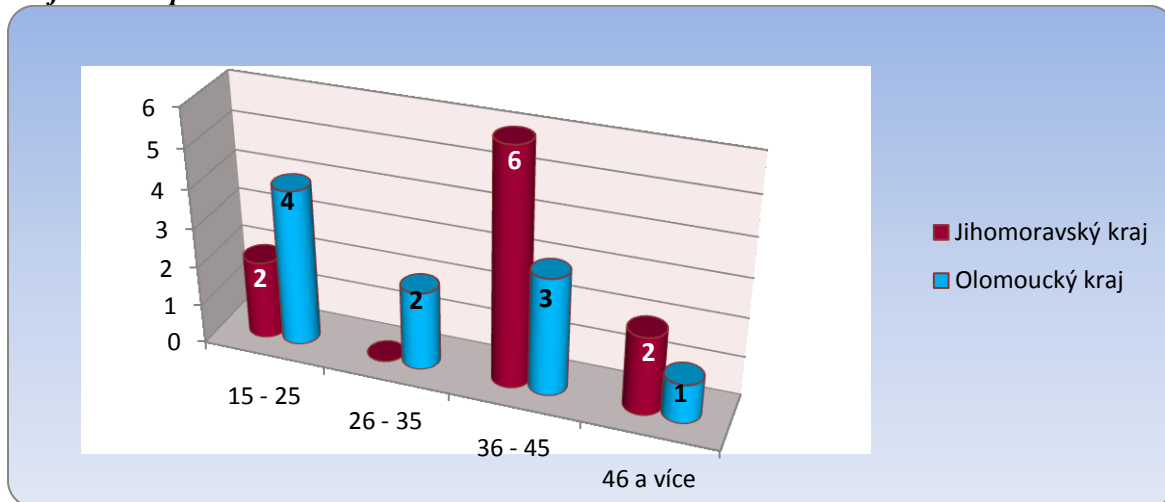
Příloha č. 4: Vyhodnocení výzkumu

Graf č. 7: Respondenti dle pohlaví



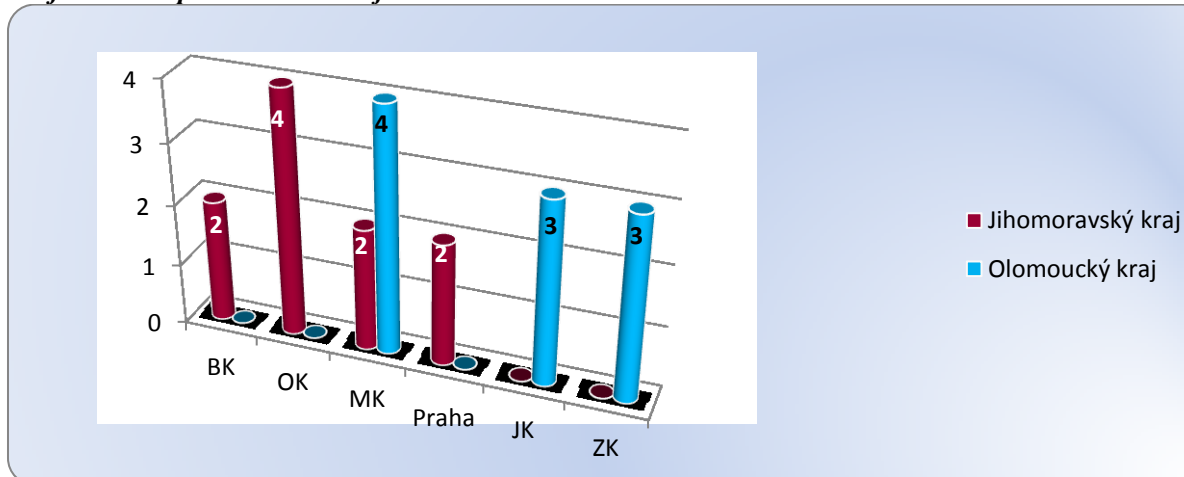
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 8: Respondenti dle věku



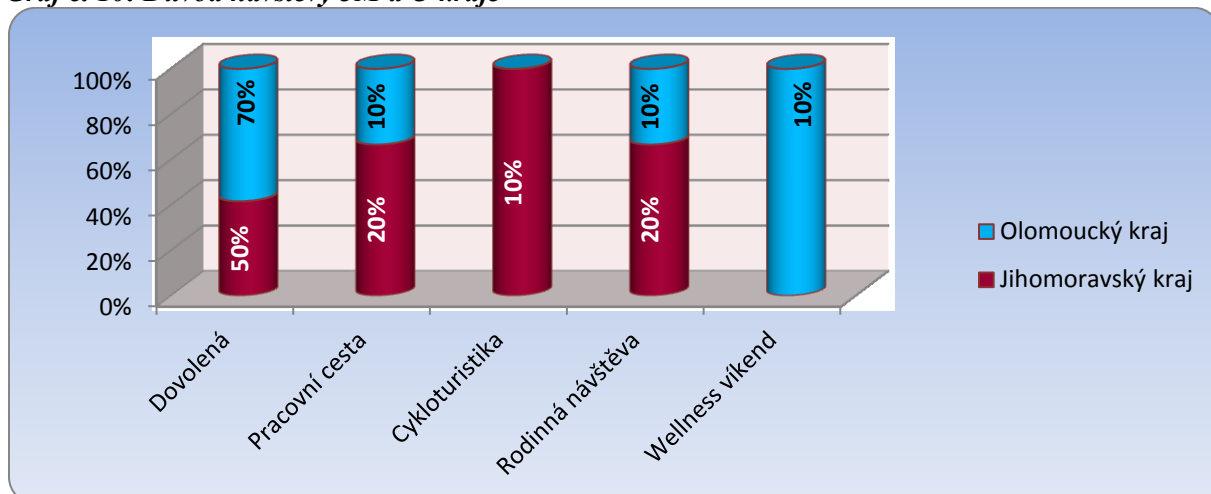
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 9 : Respondenti dle kraje



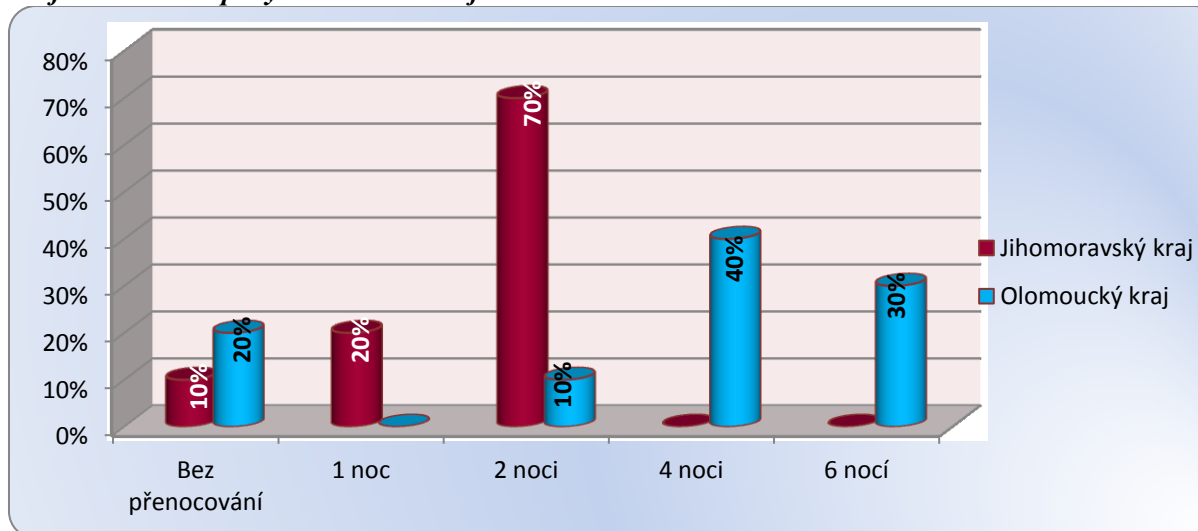
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 10: Důvod návštěvy JM a O kraje



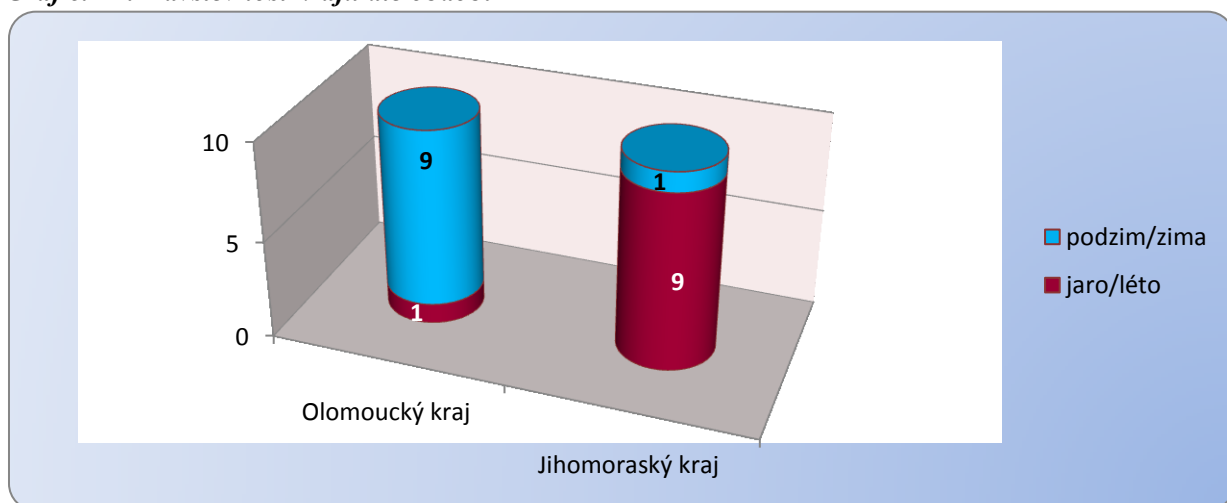
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 11: Délka pobytu v JM a O kraji



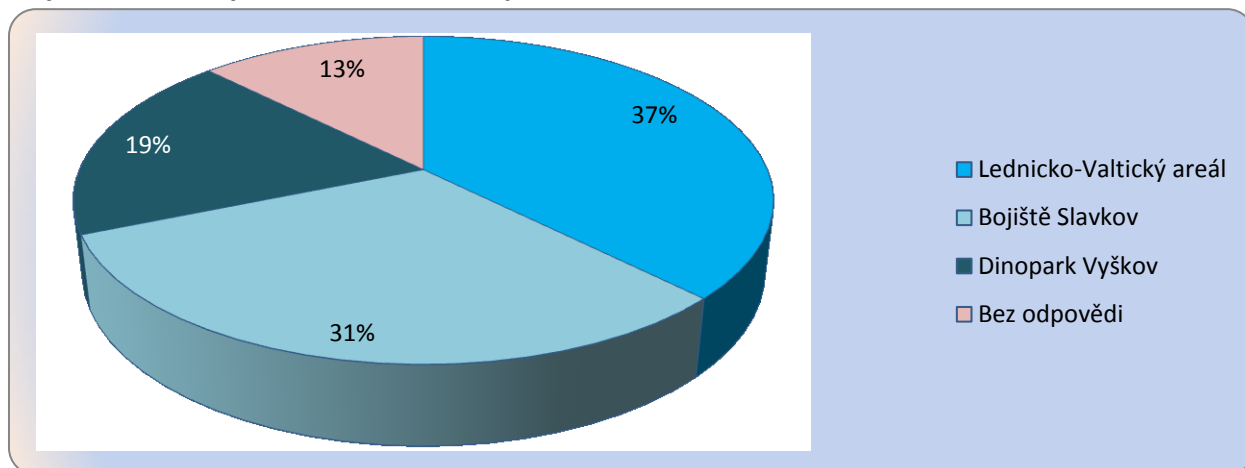
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 12: Návštěvnost krajů dle období



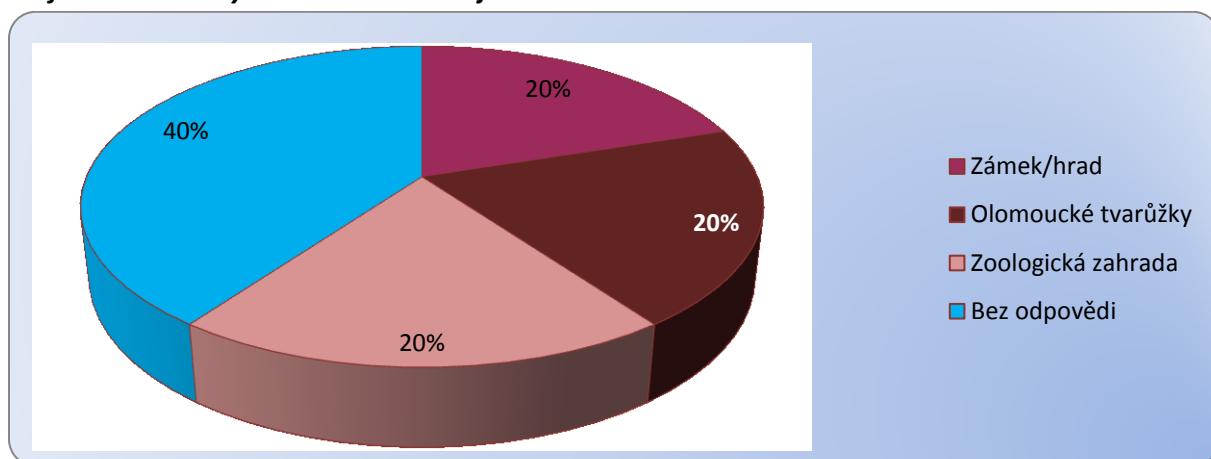
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 13: Památky v Jihomoravském kraji



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 14: Památky v Olomouckém kraji



Zdroj: Vlastní zpracování